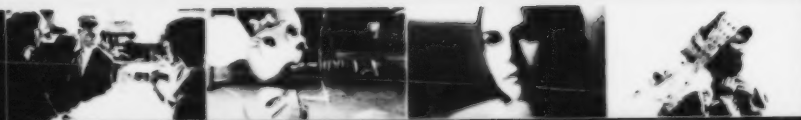


 **Telefilm Canada**



The Sweet Hereafter
Atom Egoyan

Yo-Yo Ma: Inspired by Bach
several directors

The Hanging Garden
Thom Fitzgerald

On Wind's Inquest
several directors

Mia
CD-ROMs

Maelström
Denis Villeneuve

Manojuot
Zacharias Kunuk

What do these productions
have in common?

Feature films:

Les Bons Débaras

by Francis Mankiewicz,

Black Robe by Bruce Beresford,

Les Boys by Louis Saia,

Crash by David Cronenberg,

Le Déclin de l'Empire américain

by Denys Arcand,

Emporte-moi by Léa Pool,

Exotica by Atom Egoyan,

Maelström by Denis Villeneuve and

Men With Brooms by Paul Gross

TV series:

Anne of Green Gables,

The Big Comfy Couch,

Cornemuse,

Milgaard,

Les Filles de Caleb,

L'Ombre de l'épervier,

North of 60,

Fortier

and *Trudeau...*

Documentaries:

Champions of the Wild,

Sexual Century,

L'Erreur boréale

and *My Left Breast*

And CD-ROMs, websites and games:

Buddy Brush,

www.thetoycastle.com

and *Disciples*

Each is a topflight work created and produced by Canadians, each illustrates the reality and imagination of our country and each has demonstrated broad audience appeal. And all of them were made with the financial support of Telefilm Canada, a federal cultural agency created in 1967 and reporting to the Department of Canadian Heritage.

As a cultural investor in film, television, new media and music, Telefilm Canada encourages the creation and distribution of stories and images that touch Canadians and

FOSTER CONNECTION AND UNDERSTANDING FROM COAST TO COAST.

Building audiences for Canadian productions is central to Telefilm's concerns and initiatives. With our financial, promotional and strategic support, the Canadian cultural industries are capturing ever-growing favour both at home and around the globe.



Men With Brooms, Paul Gross

TELEFILM CANADA – A VITAL PARTNER FOR THE CULTURAL INDUSTRIES

COMPELLING FIGURES

Telefilm is a catalyst of talent. Its support has made it possible for thousands of Canadian screenwriters, directors, producers, distributors, technicians, performers and multimedia designers to pursue careers in Canada, working in their home region and mother tongue and enriching our cultural landscape.

Since its creation, the Corporation has provided funding for some 3,500 productions, including:

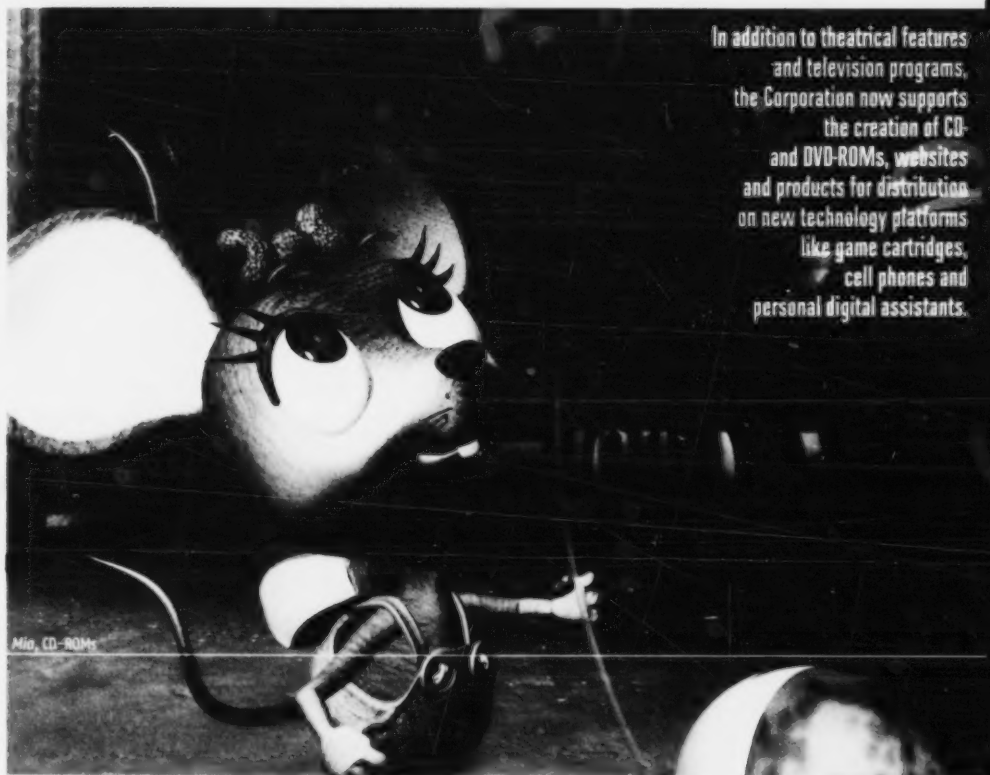
- 1,000 feature films
- 1,000 documentary programs and series
- 700 drama programs and series
- 300 children's series
- 250 variety and performing arts programs
- 250 new media products

Each presents a unique worldview.

Each is an integral part of Canada's cultural heritage.



waydowntown, Gary Burns



In addition to theatrical features and television programs, the Corporation now supports the creation of CD- and DVD-ROMs, websites and products for distribution on new technology platforms like game cartridges, cell phones and personal digital assistants.

And there is more to come! Culture and innovation are priorities for the Canadian government. As a result, since 1996, with the creation of the Canadian Television Fund, a public-private sector partnership, the Canada Feature Film Fund, the Canada New Media Fund and, more recently, the Music Entrepreneur Program, the Corporation's annual budget has grown to more than \$230 million.

The Canadian public now has access to an extensive choice of cultural products from all regions of the country: our aim is to raise awareness of these works and to see them generate growing interest.



Degrassi – The Next Generation, several directors

HUNDREDS OF NEW STORIES EVERY YEAR

Telefilm finances the production of more than 400 television programs, feature films and new media products every year. Concurrently, it supports the industry in writing and developing hundreds of new projects – the hits of tomorrow!

This body of work represents strong economic impact:

- Telefilm annually supports some 700 Canadian companies in creating projects.
- The total project budgets amount to more than \$700 million.
- These projects create some 25,000 direct and indirect jobs across the country.

Telefilm's participation is provided in various forms, according to the fund or program: investments, advances, loans, loan guarantees, grants, corporate envelopes and more. As an investor, Telefilm shares the risks and eventual revenues of the productions it backs. The Corporation's revenues – about \$25 million a year – are wholly reinvested in the industry, helping to increase productivity throughout Canada.

Telefilm funding often helps to leverage other support. The Corporation proudly joins broadcasters, private funds, distributors, federal and provincial agencies and foreign partners in ensuring

**THE CREATION OF CULTURAL PRODUCTS
WITH AUDIENCE APPEAL.**

La Petite Vie, Pierre Séguin



OUR KEY OBJECTIVES

TO OFFER PRODUCTS IN WHICH CANADIANS RECOGNIZE THEMSELVES

As a public-sector investor, Telefilm aims to satisfy the interests and tastes of the Canadian public by fuelling the production and distribution of a wide array of high-quality works.

Because the demand for support largely exceeds the available resources in all regions, the Corporation has established contribution criteria based on either corporate track records or project evaluation. The latter takes into account a variety of factors, not least of which is potential audience appeal.

Creative and financial aspects are also considered, as well as production team expertise and certain facets of the Corporation's business plan, such as support for regional production, small and medium-sized enterprises (SMEs) and cultural diversity.

Each year, Telefilm supports works by established professionals and emerging talent, low-budget features and international coproductions, *films d'auteur* and family comedies, representing

**A BROAD RANGE
OF STORIES
AND GENRES.**

Atanarjuat, one of Canada's recent success stories, was shot in Inuktitut in the Canadian Arctic.



Insectia, Herman Gutierrez

Canada has four major production centres: Halifax, Montreal, Toronto and Vancouver. Telefilm's participation has stimulated production in cities across Canada, including Caraquet, Ottawa, Edmonton, Calgary, Regina, Victoria and Igloolik.

TO GIVE A VOICE TO EVERY REGION

Film, television, new media and music bring Canadians closer together, crossing the boundaries of English, French and Aboriginal languages and transcending cultural community differences.

Two thirds of all production and development resources are allocated to projects in English and one third to projects in French. Particular attention is paid to production in linguistic-minority situations, i.e., French-language projects outside Quebec and English-language projects in Quebec.

In addition, a special envelope of the Canadian Television Fund has enabled Telefilm to support productions in 20 Aboriginal languages, including Cree, Innu, Dene, Ojibway, Salish, Attikamek, Mi'kmaq, Algonquin, Abenaki, Blackfoot, Inuktitut and Kwakwilt.

Da Vinci's Inquest
several directors



TO BUILD AUDIENCES

REACHING THE PUBLIC:

This objective lies at the heart of the Corporation's business plan and is a clearly identified priority of its various funds and programs. The Canada Feature Film Fund, which began operating in April 2001, is squarely aimed at helping Canadian films capture 5% of the domestic box office within five years. The Fund's performance-based section provides financial envelopes for companies that achieve outstanding results at the box office. Telefilm also encourages producers and distributors to work together to define target audiences and develop dynamic promotion campaigns.

The firm goal of the Canada Feature Film Fund is to see Canadian films capture 5% of the domestic box office by 2006.

Dubbing and subtitling serve an important purpose, ensuring that movies like *Maelström*, by Denis Villeneuve, and *Un crabe dans la tête*, by André Turpin, are applauded in Toronto and Vancouver, and that French-speaking viewers have access to TV series like *Da Vinci's Inquest* and *Due South*.

Telefilm funds some 40 festivals, among them the Montréal World Film Festival, the Toronto International Film Festival, the Vancouver International Film Festival, the Atlantic Film Festival and the Banff Television Festival. Support is also provided for regional festivals like those in Rouyn-Noranda, Quebec, and Sudbury, Ontario, and for a variety of specialized festivals.

Canadian festivals serve as outstanding showcases for Canadian talent and bring Canadian creators and audiences together.

The Corporation works to raise the profile of Canadian talent by means of advertising campaigns, publications and VIP screenings for Canadian and foreign guests. It also sponsors promotional activities such as the Academy of Canadian Cinema and Television's Genie, Gemini and Gémeaux awards.



Les Boys I, II, III, Louis Saia

STIMULATING SME GROWTH

As a public agency, Telefilm wants to see companies of all sizes contribute to

THE EXPRESSION AND FAR-REACHING PROMOTION OF CANADIAN CULTURE,

whether SMEs, publicly traded companies or conglomerates resulting from the integration of broadcasting, distribution and production interests.

However, priority is given to SMEs, which ensure diversity and can make a substantial contribution to augmenting Canadian audiences. Telefilm encourages these companies to innovate, diversify and apply national and international development and promotional strategies.

READYING FOR THE FUTURE

The industry operates in an ever-changing environment, where success depends on business savvy and experience. The public is demanding, and to satisfy its tastes, Canadian cultural products must measure up to the highest international standards.

For this reason, Telefilm administers regional programs specifically designed for emerging talents and provides support through the National Training Program in the Film and Video Sector for key training schools, which nurture talent. It also encourages industrial and professional development initiatives, funding seminars, workshops, conferences and research, and organizing immersion sessions in Europe for Canadian producers.

At the same time, Telefilm works with its public- and private-sector partners to develop and implement forward-thinking cultural policies that take into account the industry's needs and its national and international environment.

Yo-Yo Ma:
Inspired by Bach
several directors



The Sweet Hereafter, Atom Egoyan

GLOBAL PRESENCE

Proportionate to its population, Canada is one of the world's best-represented countries, garnering dozens of international awards each year, taking the spotlight in retrospectives around the globe and selling products in more than 100 territories.

Telefilm's international relations expertise is in increasing demand both at home and abroad. The Corporation is

A LEADING PLAYER

in work concerning respect for national identity and cultural diversity.

Random House John

"The fact that we can go to places like Mexico or Singapore where people have a sense of what Canadian cinema is... it's miraculous!"
Atom Egoyan, director, *Exotica*,
The Sweet Hereafter and *Ararat*.

COPRODUCTION

In a country with a limited domestic market, producers wisely turn to international partnerships. Official coproductions enjoy national status in each coproducing country and provide access to expanded financing opportunities and vastly larger markets.

Telefilm administers Canada's coproduction agreements with 58 countries and certifies close to 100 coproductions annually. Canadians traditionally partner with Europeans, chiefly from France and the United Kingdom, but their projects are increasingly diverse, involving Asia and other areas.

Animation coproduction is one of our industry's greatest export success stories. Canadian children's programs combine universal values with thoroughly entertaining content.



The Old Man and the Sea
by Alexander Petrov, and
The Red Violin, by François Girard,
won Oscars in 1999, respectively
for Best Animated Short Film and
Best Original Score. Like *Spider*,
by David Cronenberg, both are
Canadian coproductions.

INTERNATIONAL FESTIVALS AND MARKETS

Telefilm's festival bureau is an invaluable tool for promoting and publicizing the Canadian industry worldwide. Each year, it handles

**1,000 ENTRIES FOR CANADIAN PRODUCTIONS IN
OVER 80 FESTIVALS**

and events in places like New York, Shanghai, Cannes, Berlin, Venice and Karlovy Vary.

The Corporation attends a dozen markets crucial to the financing and export of Canadian products. Its role there is wide-ranging, including promotion, logistic and consulting services for Canadian participants, event organization and participation in international conferences.

The Hanging Garden, Thom Fitzgerald



SUPPORT FOR ALL INDUSTRY ACTIVITIES: FROM SCREENWRITING TO INTERNATIONAL MARKETING

Industry Support Funds and Programs Canadian Television Fund – Equity Investment Program (EIP)

Support for the development and production of drama, documentaries, variety and performing arts programs, children's and youth programs, feature films and works in Aboriginal languages; SME distribution support.

Canada Feature Film Fund (CFFF)

Support for development, production, marketing, screenwriting, low-budget independent features and complementary activities (versioning, Canadian festivals, international markets and festivals, awards, alternative distribution networks).

Canada New Media Fund (CNMF)

Support for product pre-development, development and production; distribution (marketing/distribution, online distribution, international markets), and sectoral support (promotion and industrial and professional development).

Music Entrepreneur Program (MEP)

Corporate support for entrepreneurs in the sound recording sector.

Canada Showcase

Support for Canadian film, television and new media festivals.

Industrial and Professional Development Support Fund

Support for seminars, workshops, conferences, research, publications, professional development and promotional activities.

Loan Guarantee Program

Corporate support in the form of guarantees for loans contracted with Canadian financial institutions.

National Training Program in the Film and Video Sector

Support for advanced training provided by recognized national training institutions.

Coproduction Support Programs

Canada-France mini-treaties: support for coproduction projects (feature films, animation, development).

English-Language Cinema Plan: support for coproductions under an agreement involving Canada, Australia, the United Kingdom, Ireland and New Zealand.

International Festivals and Events Participation Assistance Program

Financial and logistic support for Canadian producers, distributors, exporters and directors with works officially selected for international festivals or events.

Versioning Fund

Support for the dubbing and subtitling of Canadian television programs and feature films in one or other official language.

Canadian Production International Marketing Assistance Fund

Support for the creation of advertising campaigns, media placement and special marketing initiatives for Canadian productions abroad.

www.telefilm.gc.ca

info@telefilm.gc.ca

1-800-567-0890

OFFICES IN CANADA

EUROPEAN OFFICE

MONTREAL*

360 St. Jacques Street
Suite 700

Montréal, Quebec

H2Y 4A9

☎ (514) 283-6363

☎ (514) 283-8212

HALIFAX

1684 Barrington Street
3rd Floor

Halifax, Nova Scotia

B3J 2A2

☎ (902) 426-8425

☎ (902) 426-4445

TORONTO

2 Bloor Street West
22nd Floor

Toronto, Ontario

M4W 3E2

☎ (416) 973-6436

☎ (416) 973-8606

VANCOUVER

310 - 440 Cambie Street
Vancouver,

British Columbia

V6B 2N5

☎ (604) 666-1566

☎ (604) 666-7754

PARIS

5, rue de Constantine
75007 Paris

France

☎ (33-1) 44.18.35.30

☎ (33-1) 47.05.72.76

* Head office and Quebec Operations office

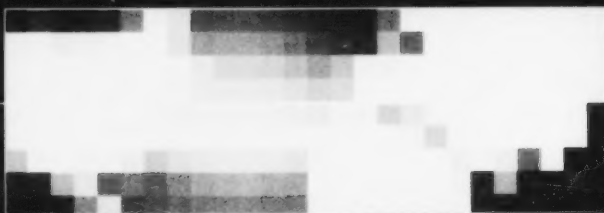
This brochure was prepared by the Communications and Public Affairs Division of Telefilm Canada.

Graphic design: Agence Code
Printing: Integra Inc.

Legal deposit:
Bibliothèque nationale du Québec
National Library of Canada

Printed in Canada on Luna from Domtar

May 2002



 Telefilm Canada



The Sweet Hereafter
Atom Egoyan

Yo-Yo Ma: Inspired by Bach
plusieurs réalisateurs

The Hanging Garden
Thom Fitzgerald

De Mier's Inquest
plusieurs réalisateurs

Mia
CD-ROMs

Moshidon
Gersh Villeneuve

Atanarjuat
Zacharias Kunuk

À L'ÉCRAN, TOUT EST POSSIBLE!

Denis Villeneuve

Qu'ont en commun...

Les longs métrages
Les Bons Débaras
de Francis Mankiewicz,
Black Robe de Bruce Beresford,
Les Boys de Louis Saia,

Crash de David Cronenberg,
Le Déclin de l'Empire américain
de Denys Arcand,
Emporte-moi de Léa Pool,
Exotica d'Atom Egoyan,
Maelström de Denis Villeneuve,
Men With Brooms de Paul Gross...

Les télééries
Anne of Green Gables,
The Big Comfy Couch,
Cornemuse,
Milgaard,
Les Filles de Caleb,
L'Ombre de l'épervier,
North of 60,
Fortier
et *Trudeau*...

Les documentaires
Champions of the Wild,
Sexual Century,
L'Erreur boréale,
et *My Left Breast*...

Ou encore les cédéroms, sites Web et jeux
Buddy Brush,
www.thetoycastle.com
et *Disciples*?

Ce sont des œuvres de qualité, conçues et produites par des Canadiens, qui illustrent les réalités et l'imaginaire de notre pays, et qui ont rejoint de vastes publics. Elles ont toutes reçu l'appui financier de Téléfilm Canada, un organisme culturel fédéral créé en 1967, qui relève du ministère du Patrimoine canadien.

En tant qu'investisseur culturel en cinéma, télévision, nouveaux médias et musique, Téléfilm encourage la création et la diffusion d'histoires et d'images qui touchent les Canadiens et leur permettent

**DE MIEUX SE CONNAÎTRE ET
DE MIEUX SE COMPRENDRE.**

Accroître le public des œuvres canadiennes est au centre des préoccupations et des initiatives de Téléfilm. Notre appui financier, promotionnel et stratégique permet aux industries culturelles canadiennes de se tailler une meilleure place ici et ailleurs dans le monde.



Men With Brooms, Paul Gross

TÉLÉFILM CANADA, UN PARTENAIRE ESSENTIEL DES INDUSTRIES CULTURELLES

UN BILAN ÉLOQUENT

Téléfilm est un catalyseur de talents. Son appui a permis à des milliers de scénaristes, de réalisateurs, de producteurs, de distributeurs, de techniciens, de comédiens et de concepteurs multimédias canadiens de faire carrière au pays, dans leur région, dans leur langue, et de contribuer à la richesse du paysage culturel canadien.

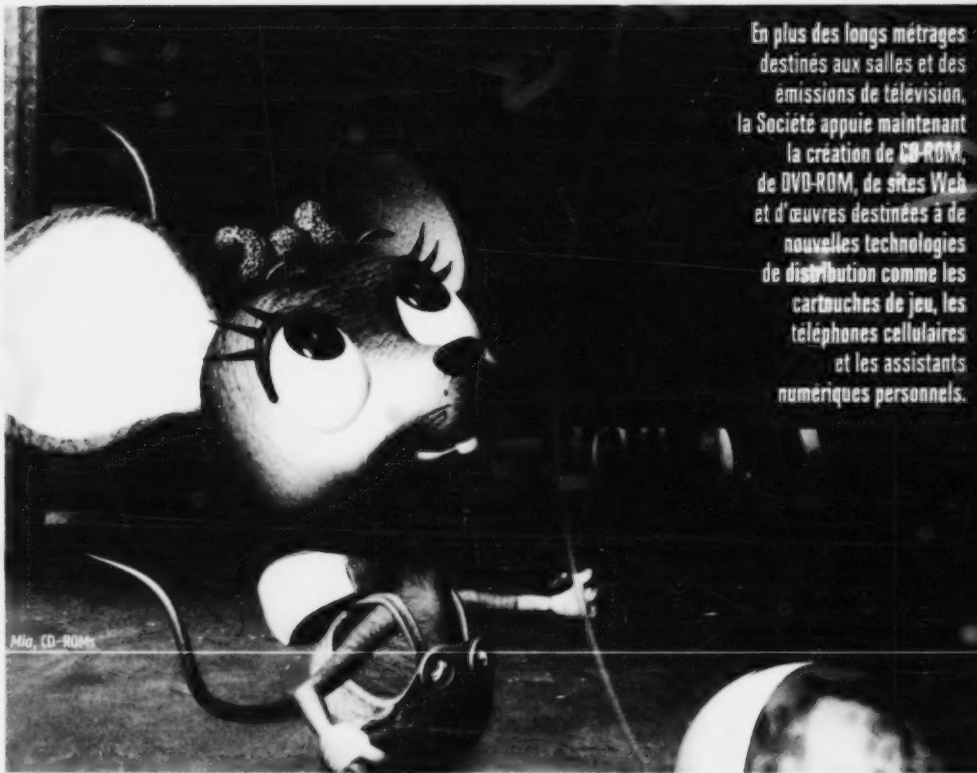
Depuis sa création, la Société a participé financièrement à quelque 3 500 productions dont :

- 1 000 longs métrages
- 1 000 émissions et séries documentaires
- 700 émissions et séries dramatiques
- 300 séries pour les enfants
- 250 émissions de variétés et des arts de la scène
- 250 produits pour les nouveaux médias

Chacune présente une vision unique du monde.

Chacune fait partie intégrante du patrimoine culturel canadien.

En plus des longs métrages destinés aux salles et des émissions de télévision, la Société appuie maintenant la création de CD-ROM, de DVD-ROM, de sites Web et d'œuvres destinées à de nouvelles technologies de distribution comme les cartouches de jeu, les téléphones cellulaires et les assistants numériques personnels.



Mio, CD-ROMs



waydowntown, Gary Burns

Et ce n'est pas fini ! Pour le gouvernement canadien, la culture et l'innovation constituent des priorités. Grâce à la création, depuis 1996, du Fonds canadien de télévision, un partenariat des secteurs public et privé, du Fonds du long métrage du Canada, du Fonds des nouveaux médias du Canada et, plus récemment, du Programme des entrepreneurs de la musique, le budget annuel de la Société s'élève à plus de 230 millions de dollars.

Le public canadien a maintenant accès à un vaste choix de produits culturels issus de toutes les régions du pays : nous voulons faire en sorte qu'il en soit de plus en plus conscient et que les œuvres d'ici suscitent un intérêt grandissant.



Degrassi - The Next Generation, plusieurs réalisateurs

DES CENTAINES DE NOUVELLES HISTOIRES CHAQUE ANNÉE

Téléfilm finance chaque année la production de plus de 400 émissions de télévision, longs métrages et produits pour les nouveaux médias. Parallèlement, l'industrie s'affaire, avec le concours de la Société, au développement et à la scénarisation de centaines de nouveaux projets, les succès de demain !

Un tel corpus représente une activité économique considérable :

- Téléfilm appuie chaque année quelque 700 entreprises canadiennes pour la création de projets.
- Les devis de ces projets s'élèvent à plus de 700 millions de dollars.
- Environ 25 000 emplois directs et indirects en découlent dans l'ensemble du pays.

L'aide de Téléfilm prend plusieurs formes, selon les fonds et programmes : investissements, avances, prêts, cautionnements de prêts, subventions, enveloppes corporatives... En tant qu'investisseur, Téléfilm partage les risques et les revenus, le cas échéant, des projets de production auxquels elle s'associe. Ses revenus - quelque 25 millions de dollars par année - contribuent à une plus grande productivité à l'échelle canadienne puisqu'ils sont entièrement réinvestis dans l'industrie.

L'appui de l'organisme agit souvent comme un levier de financement. La Société est fière de s'associer aux télédiffuseurs, aux fonds privés, aux distributeurs, aux autres organismes fédéraux et provinciaux et à des partenaires étrangers pour

ASSURER

**LA CRÉATION DE PRODUITS CULTURELS
QUI SAURONT PLAIRE AU PUBLIC.**

La Petite Vie, Pierre Séguin



NOS GRANDS OBJECTIFS

OFFRIR AU PUBLIC DES PROJETS QUI LUI RESSEMBLENT

En tant qu'investisseur public, Téléfilm vise à répondre aux intérêts et aux goûts du public canadien en encourageant la création et la diffusion d'un large éventail de produits de qualité.

Les demandes dépassent largement les ressources disponibles et cela, dans toutes les régions du pays. Aussi la Société a-t-elle établi certains critères de contribution, selon la feuille de route des entreprises ou une évaluation des projets. Celle-ci tient compte d'un ensemble de facteurs dont, bien sûr, le potentiel de l'œuvre sur le plan des auditoires.

La Société prend aussi en compte l'intérêt du projet sur les plans créatif et financier, le professionnalisme de l'équipe de production et certains aspects de son propre plan d'entreprise qui concernent, entre autres, le soutien à la production régionale, aux petites et moyennes entreprises (PME) et à la diversité culturelle.

Téléfilm appuie chaque année des œuvres conçues par des professionnels renommés et par la relève, des œuvres à petit budget et des coproductions internationales, des œuvres d'auteur et des comédies pour toute la famille, qui représentent

UN LARGE ÉVENTAIL
D'HISTOIRES
ET DE GENRES.

L'un des grands succès du cinéma canadien des dernières années, *Atanarjuat*, a été tourné en inuktitut dans le Grand Nord canadien.



Insectia, Herman Gutierrez

Le Canada compte quatre grands centres de production : Halifax, Montréal, Toronto et Vancouver. La contribution de Téléfilm a stimulé la production dans l'ensemble du pays, de Caraquet à Victoria en passant par Ottawa, Edmonton, Calgary et Igloolik.

Da Vinci's Inquest
plusieurs réalisateurs



DONNER LA PAROLE À TOUTES LES RÉGIONS

Le cinéma, la télévision, les nouveaux médias et la musique rapprochent les Canadiens les uns des autres, qu'ils soient de langue française, anglaise ou autochtone, et quelle que soit leur communauté culturelle.

Le tiers des ressources financières pour la production et le développement est alloué aux projets en français et les deux tiers aux projets en anglais. Et Téléfilm porte une grande attention à la production en situation linguistique minoritaire, c'est-à-dire aux projets en français en dehors du Québec et aux projets en anglais au Québec.

Par ailleurs, grâce à une enveloppe spéciale du Fonds canadien de télévision, Téléfilm a financé des œuvres dans une vingtaine de langues autochtones dont le cri, l'innu, le déné, l'ojibway, le salish, l'attikamek, le mi'kmaq, l'algonquin, l'abénaqui, le blackfoot, l'inuktitut et le kwakwilt.

REJOINDRE LES AUDITOIRES

CAP SUR LE PUBLIC :

cet objectif est au cœur du plan d'entreprise de la Société et s'inscrit en toutes lettres dans les priorités de ses différents fonds et programmes. Ainsi le Fonds du long métrage du Canada qui est entré en vigueur en avril 2001 doit faire en sorte que le cinéma canadien conquière 5 % des recettes-guichet au pays en cinq ans. Le Fonds comprend un volet fondé sur la performance qui assure des enveloppes aux entreprises qui démontrent d'excellents résultats sur le plan des recettes-guichet. De plus, Téléfilm favorise une meilleure collaboration entre les producteurs et les distributeurs pour la définition des publics cibles et l'élaboration de campagnes promotionnelles dynamiques.

Le Fonds du long métrage du Canada a un objectif clair : que le cinéma canadien atteigne 5 % des recettes-guichet au pays d'ici 2006.

Le doublage et le sous-titrage sont aussi des activités importantes et permettent que des œuvres

comme *Maelström* de Denis Villeneuve et *Un crabe dans la tête* d'André Turpin soient applaudies à Toronto et Vancouver, tandis que le public francophone découvre avec plaisir *Da Vinci's Inquest* et *Due South*.

Téléfilm s'associe à une quarantaine de festivals dont le Festival des films du monde de Montréal, le Festival international du film de Toronto, le Festival international du film de Vancouver, le Festival du film de l'Atlantique et le Festival de télévision de Banff. Nous appuyons aussi des festivals en région comme ceux de Rouyn-Noranda au Québec et de Sudbury en Ontario, de même que des festivals thématiques.

Les festivals canadiens sont d'extraordinaires vitrines des talents canadiens et rapprochent nos créateurs de leur public.

La Société s'emploie à mieux faire connaître les talents canadiens par des campagnes publicitaires, des publications et des projections destinées aux dignitaires canadiens et étrangers. Elle s'associe également à des activités de promotion comme les galas des prix Gémeaux, Genie et Gemini de l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision.



Les Boys I, II, III, Louis Saia

CONTRIBUER À L'ESSOR DES PME

En tant qu'organisme public,
Téléfilm souhaite que des
entreprises de toutes tailles
contribuent à

L'EXPRESSION ET À LA DIFFUSION DE NOTRE CULTURE

— qu'il s'agisse de PME, de sociétés
cotées en bourse ou de conglomerats
nés de l'intégration d'entreprises de dif-
fusion, de distribution et de production.

Cependant, l'appui de l'organisme vise
en priorité les PME, qui sont des gages
de diversité et qui peuvent apporter une
solide contribution à l'augmentation
des auditoires canadiens. Les PME sont
encouragées à innover, à se diversifier
et à miser sur des stratégies de déve-
loppement et de promotion nationales
et internationales.

PRÊTS POUR L'AVENIR !

L'industrie évolue dans un monde en mutation, où
la réussite est tributaire du savoir et de l'expérience.
Le public est exigeant et pour lui plaire, les produits
culturels canadiens doivent se mesurer aux plus hauts
standards internationaux.

C'est dans cette optique que Téléfilm administre des pro-
grammes régionaux conçus spécifiquement pour la relève
et s'associe aux grandes écoles de formation, ces pépi-
nières de talent, par l'entremise du Programme national
de formation dans le secteur du film et de la vidéo. Nous
encourageons aussi les initiatives axées sur le dévelop-
pement industriel et professionnel, tels des forums, des
ateliers, des conférences et des recherches, tout en orga-
nisant des programmes d'immersion en Europe pour les
producteurs canadiens.

Parallèlement, Téléfilm travaille avec ses partenaires
publics et privés pour développer et mettre en œuvre
des politiques culturelles d'avant-garde. Ces politiques
tiennent compte des besoins de l'industrie et de son
environnement national et international.

Yo-Yo Ma:
Inspired by Bach
plusieurs
réalisateurs



The Sweet Hereafter, Atom Egoyan

Proportionnellement à sa population, le Canada est l'un des pays les mieux représentés dans le monde. À son palmarès, des dizaines de prix internationaux chaque année, des rétrospectives régulières sur les cinq continents et des produits vendus dans plus de 100 pays.

Au pays et à l'étranger, l'expertise de Téléfilm en matière de relations internationales est de plus en plus sollicitée. La Société est

UN INTERLOCUTEUR DE PREMIER PLAN

dans les grands débats sur le respect des identités nationales et la diversité culturelle.

Randolph... John H...

« Le fait que nous puissions aller à Mexico ou à Singapour et que le public y connaisse le cinéma canadien est tout simplement... miraculeux ! »
Atom Egoyan, réalisateur d'*Exotica*,
de *The Sweet Hereafter* et d'*Ararat*

LA COPRODUCTION

Dans un pays dont le marché national est restreint, les producteurs misent à bon escient sur les partenariats internationaux. Considérée comme une production nationale dans chacun des pays producteurs, une coproduction officielle donne accès à plus de ressources financières et à des auditoires beaucoup plus vastes.

Téléfilm administre les accords de coproduction du Canada avec 58 pays et accrédite une centaine de coproductions chaque année. France, Royaume-Uni... les principaux partenaires des Canadiens sont européens, mais la coproduction se diversifie, entre autres avec les pays asiatiques.

La coproduction d'animation est l'un des grands succès d'exportation de notre industrie. Les émissions canadiennes pour enfants prônent des valeurs universelles... agrémentées d'une bonne dose d'humour !



Le Vieil Homme et la Mer
d'Alexandre Petroy et
Le Violon rouge de François Girard
ont obtenu des oscars en 1999,
respectivement pour la meilleure
œuvre d'animation et pour
la musique. À l'instar de *Spider*,
de David Cronenberg, ce sont
des coproductions canadiennes.

LES FESTIVALS ET MARCHÉS INTERNATIONAUX

Le bureau des festivals de Téléfilm est un précieux outil de promotion et de rayonnement de l'industrie canadienne. Il procède chaque année à quelque

**1 000 INSCRIPTIONS D'ŒUVRES CANADIENNES
DANS PLUS DE 80 FESTIVALS ET ÉVÉNEMENTS,**
de New York à Shanghai, en passant par Cannes, Berlin, Venise
et Karlovy Vary.

La Société participe à une douzaine de marchés importants pour le financement et l'exportation des produits canadiens. Son rôle y est vaste : promotion, services logistiques et services-conseil aux entreprises canadiennes participantes, organisation d'événements et participation à des conférences internationales.

The Hanging Garden, Thom Fitzgerald



UN APPUI À TOUTES LES ACTIVITÉS DE L'INDUSTRIE : DE LA SCÉNARISATION AU MARKETING INTERNATIONAL

Fonds et programmes d'aide à l'industrie Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital (PPC)

Appui au développement et à la production de dramatiques, de documentaires, d'émissions de variétés et des arts de la scène, d'émissions pour les enfants et les jeunes, de longs métrages et de productions en langues autochtones ; appui aux PME pour la distribution.

Fonds du long métrage du Canada (FLMC)

Appui au développement, à la production, à la mise en marché, à l'écriture de scénarios, aux longs métrages indépendants à petit budget et aux activités complémentaires (doublage et sous-titrage, festivals canadiens, marchés et festivals internationaux, prix, réseaux parallèles de distribution).

Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC)

Appui au pré-développement, au développement et à la production de produits ; à la distribution (mise en marché/distribution, diffusion en ligne, marchés internationaux), et appui sectoriel (promotion et développement industriel et professionnel).

Programme des entrepreneurs de la musique (PEM)

Appui corporatif aux entreprises du secteur de l'enregistrement sonore.

Programme Le Canada à l'affiche

Appui aux festivals canadiens du film, de la télévision et des nouveaux médias.

Fonds d'aide au développement industriel et professionnel

Appui à des forums, des ateliers, des conférences, des recherches, des publications et des activités de perfectionnement et de promotion.

Programme de cautionnement de prêts

Appui aux entreprises pour des garanties de prêts auprès d'institutions financières canadiennes.

Programme national de formation dans le secteur du film et de la vidéo

Appui à la formation de haut niveau offerte par des institutions nationales de formation reconnues.

Programmes d'aide à la coproduction

Mini-traités avec la France : appui à des projets en coproduction (long métrage, animation, développement).

Programme de développement cinématographique de langue anglaise : appui à des coproductions en vertu d'un accord entre le Canada, l'Australie, le Royaume-Uni, l'Irlande et la Nouvelle-Zélande.

Programme d'aide à la participation aux festivals et événements internationaux

Appui financier et logistique aux producteurs, distributeurs, exportateurs et réalisateurs canadiens dont les œuvres font partie de la sélection officielle de festivals ou d'événements internationaux.

Fonds d'aide au doublage et au sous-titrage

Appui aux activités de doublage et de sous-titrage des émissions de télévision et des longs métrages canadiens dans l'une ou l'autre langue officielle.

Fonds d'aide au marketing international des productions canadiennes

Appui à la création de campagnes publicitaires, de placement média et d'initiatives spéciales de mise en marché des productions canadiennes à l'étranger.

www.telefilm.gc.ca

info@telefilm.gc.ca

1-800-567-0890

BUREAUX AU CANADA

BUREAU EUROPÉEN

MONTREAL*

360, rue Saint-Jacques
Bureau 700

Montréal (Québec)

H2Y 4A9

☎ (514) 283-6363

☎ (514) 283-8212

HALIFAX

1684, rue Barrington
3^e étage

Halifax (Nouvelle-Écosse)

B3J 2A2

☎ (902) 426-8425

☎ (902) 426-4445

TORONTO

2, rue Bloor Ouest
22^e étage

Toronto (Ontario)

M4W 3E2

☎ (416) 973-6436

☎ (416) 973-8606

VANCOUVER

310 - 440, rue Cambie
Vancouver

(Colombie-Britannique)

V6B 2N5

☎ (604) 666-1566

☎ (604) 666-7754

PARIS

5, rue de Constantine
75007 Paris

France

☎ (33-1) 44.18.35.30

☎ (33-1) 47.05.72.76

* Siège social et bureau des opérations du Québec

Cette brochure a été préparée par la Direction - communications et affaires publiques de Téléfilm Canada.

Conception graphique : Agence Code
Impression : Integria Inc.

Dépôt légal :
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada

Imprimé au Canada sur du papier Luna de Domtar

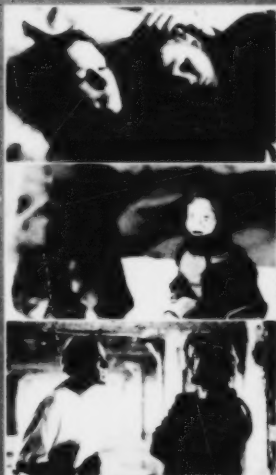
Mai 2002

NO PAPER RIGHTS

REIMPRESSION INTERDITE

Micromedia
ProQuest

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel: (416) 362-5211
Toll free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161



 Telefilm Canada



Annual Report 2001-02

Canada



Annual Report 2001-02

Telefilm Canada Offices

OFFICES IN CANADA

Halifax

1684 Barrington Street
3rd Floor
Halifax, Nova Scotia
B3J 2A2
Phone: (902) 426-8425
Fax: (902) 426-4445

Montréal*

360 St. Jacques Street
Suite 700
Montréal, Quebec
H2Y 4A9
Phone: (514) 283-6363
Fax: (514) 283-8212

* Head office and Quebec office

Toronto

2 Bloor Street West
22nd Floor
Toronto, Ontario
M4W 3E2
Phone: (416) 973-6436
Fax: (416) 973-8606

Vancouver

310 - 440 Cambie Street
Vancouver, British Columbia
V6B 2N5
Phone: (604) 666-1566
Fax: (604) 666-7754

www.telefilm.gc.ca

EUROPEAN OFFICE

Paris

5, rue de Constantine
75007 Paris
France
Phone: (33 1) 44.18.35.30
Fax: (33 1) 47.05.72.76

THE FILM BOARD OF CANADA
TELEFILM CANADA
100 Queen Street West
Toronto, Ontario
M5H 2N2
Phone: (416) 973-6436
Fax: (416) 973-8606

TELEFILM CANADA
100 Queen Street West
Toronto, Ontario
M5H 2N2
Phone: (416) 973-6436
Fax: (416) 973-8606

This annual report is published by the Communications and Public Affairs division of Telefilm Canada with the participation of the Policy, Planning and Research division.

Additional copies may be obtained by writing to the following address:

Telefilm Canada

Communications and Public Affairs
360 St. Jacques Street
Suite 700
Montréal, Quebec
H2Y 4A9
info@telefilm.gc.ca

Legal Deposit

Bibliothèque nationale du Québec
National Library of Canada

Graphic Design

Agence Code

Printing

Quebecor World Graphique Couleur



Table of Contents

Board Members and Senior Management as at March 31, 2002	4
Letter to the Minister	5
Management as at June 25, 2002	6
Message from the Chair	7
Message from the Executive Director	9
2001-02 Commitments	11
From Coast to Coast	12
Events	15
TELEVISION	
Canadian Television Fund - Equity Investment Program	18
FEATURE FILMS	
Canada Feature Film Fund	26
NEW MEDIA	
Canada New Media Fund	36
FINANCIAL STATEMENTS	39

Board Members

as at March 31, 2002



Charles Bélanger
Chair
Montréal, Quebec



Jeanine C. Beaubien, O.C.
Vice-Chair
Montréal, Quebec



Bluma Appel
Member
Toronto, Ontario



Ronald S. Bremner
Chair
Audit and Finance Committee
Calgary, Alberta



Louise Pelletier
Member
Montréal, Quebec



Elvira Sanchez de Malicki
Member
Etobicoke, Ontario



Jacques Bensimon
Member ex officio
Government Film Commissioner
Montréal, Quebec

Senior Management

as at March 31, 2002



Richard Stursberg
Executive Director



Danny Chalifour
Director – Finance and Administration



Danielle Dansereau
Director – Communications
and Public Affairs



Guy DeRepentigny
Director – Policies, Planning
and Research



Elizabeth Friesen
Interim Director – Canadian Operations



Stella Riggi
Director – Human Resources



Johanne St-Arnauld
Director – International Relations

Letter to the Minister

Montreal, June 25, 2002

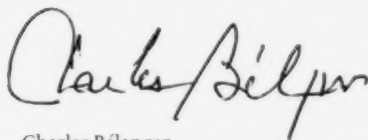
The Honourable Sheila Copps
Minister of Canadian Heritage
Ottawa, Canada

Dear Madam:

In accordance with the provisions of Section 23 of the *Canadian Film Development Corporation Act*, 1967, I have the honour to present to you, on behalf of the Board of Members, the 34th Annual Report of the Canadian Film Development Corporation (now called Telefilm Canada) as well as the financial statements for the year ended March 31, 2002.

Yours very truly,

The Chair,

A handwritten signature in dark ink, reading "Charles Bélanger". The signature is fluid and cursive, with the first name "Charles" and last name "Bélanger" clearly distinguishable.

Charles Bélanger

Management

as at June 25, 2002

Richard Stursberg

Executive Director

Atlantic Region Office

Ralph Holt

Director – Atlantic Region Office
and Sector Head – Professional and Sectoral Training

Quebec Office

Michel Pradier

Director – Quebec Office
and Sector Head – Television

Louise Deslauriers

Interim Director – Business Unit
Feature Film

Jean-Daniel Eigenmann

Interim Director – Business Unit
Television

Ontario Office

Karen Franklin

Head of Development and Implementation
of National Standards

John Galway

Interim Director – Ontario Office
and Sector Head – Feature Film

John Fulton

Director – Business Unit
Feature Film and New Media

Paul Dollar

Director – Business Unit
Television

Western Region Office

Lauren Davis

Interim Director – Western Region Office
and Sector Head – New Media

John Dippong

Director – Business Unit
Feature Film

Earl Hong Tai

Interim Director – Business Unit
Television

COMMUNICATIONS AND PUBLIC AFFAIRS

Danielle Dansereau

Director – Communications
and Public Affairs

FINANCE AND ADMINISTRATION

Danny Chalifour

Director – Finance and Administration

Marina Darveau

Controller

Carolle Brabant

Director – Systems, Technologies
and Contract Management

Shelley Stein-Sacks

Director – Music Entrepreneur Program

GENERAL COUNSEL

Stéphane Odesse

Interim General Counsel and
Access to Information Coordinator

HUMAN RESOURCES

Stella Riggi

Director – Human Resources

INTERNATIONAL RELATIONS

Sheila de La Varenne

Interim Director – International Relations
and Director – European Office

MEDIA

Elizabeth Friesen

Director – Media

Guy DeRepentigny

Director – Policies, Planning
and Research and Corporate Secretary

Message from the Chair

In March 2002, very early in my term as Chair of the Board of Telefilm Canada, I was invited by the National Screen Institute FilmExchange to share my vision of Telefilm and the Canadian industry with festival participants and the Edmonton business community. That experience in Canada's heartland allowed me, once again, to measure Telefilm's importance and the high expectations of its clients and partners.

During its 35-year history, and precisely because of its long-standing commitment, Telefilm has played a fundamental structural role by banking on excellence and diversity. Its support at the regional, national and international levels has enabled our young industry to organize itself and to become dynamic and daring, first in film and television, then in the new creation and distribution technologies. With an annual growth rate of 10%, this industry ranks among the country's most effective sectors, providing the public with an increasingly vast choice of stories and images that illustrate Canadian experiences, values and aspirations.

That said, the cultural industries remain fragile, and they operate at high risk despite repeated success. In large part, these industries are composed of small and medium-sized businesses struggling to survive from one year to the next. The competition for access to public and private funding is increasingly fierce. And while the Canadian public is limited, foreign – not to say American – production maintains its strong appeal.

Increase Our Market Share

To consolidate their valuable and indisputable assets, the Canadian cultural industries must now increase their market share, both domestic and international. That is one of the keys to their strength, to their autonomy and, indeed, to their future. But much remains to be done if our creators are to truly take-up their territory and claim their rightful place in the hearts of Canadians: it is this task that the Telefilm team will be tackling in the coming years, and they will have the full cooperation of the Corporation's Board in doing so.

Telefilm will work creatively and consistently, with an eye to balance and fairness, an ever-open ear for its partners, in all regions of the country and a view to the long term. There will be pitfalls and difficulties, but the chances of success will increase dramatically if they are sustained by the power of synergy.

Foster a Coherent, Convergent Approach

We live in a world of high-speed change and growing complexity. It is in this context that the Canadian Heritage portfolio, including the Department of Canadian Heritage, Telefilm and the other portfolio agencies, have taken steps to foster an integrated approach to dealing with cultural concerns. This approach will lead to a clear grasp of the issues, which go well beyond the scope of any single partner. The most promising solutions are coherent and convergent, and respect each partner's mandate.



Denis Blais

In that regard, I want to salute the Interdepartmental Partnership with Official Language Communities (Ipolc), of which Telefilm is an active member. Ipolc encourages Francophones in Acadia, Ontario and the West in making a significant contribution to Canadian culture. From project development to training and promotion, Ipolc has proven to be a key ally for creators and producers striving to portray the reality of their communities.

Reflect Canadian Cultural Diversity

Reflecting the cultural diversity of our country is an important matter. The Charter of Rights and Freedoms and the Multiculturalism Policy afford all Canadians the same dignity and a fundamental right to freedom of expression. Yet despite the invaluable contribution of filmmakers like Mina Shum, Clement Virgo and Deepa Mehta, to name but a few, Canadian screens mirror little of our country's multicultural richness.

Over the past year, Telefilm has made a real effort to work more closely with ethnic communities. The Canada Showcase program, for instance, now supports festivals and events whose programming highlights Canadian pluralism and furthers mutual understanding among all Canadians. Nonetheless, stronger cohesion is needed at the federal level in order to maximize the impact of existing financial resources and programs. Telefilm intends to work with the Department of Canadian Heritage, the CBC, the National Film Board of Canada, the Canada Council for the Arts and other agencies to promote the equitable participation of Canadians of every origin in the audiovisual industry. As much as possible, we must eliminate the obstacles they face by encouraging them to develop an action plan and measurable goals, and to pursue appropriate training and develop lasting business relationships.

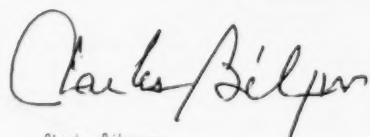
On Behalf of the Board

The Canadian industry enjoyed great success in 2001-02, both at home and abroad. It participated in international festivals and markets in record-breaking numbers and launched more than 100 coproductions – such as David Cronenberg's *Spider* and *Les Fils de Marie* by Carole Laure, shown at the 2002 Cannes Film Festival – confirming that Canadian producers are held in high esteem by their foreign counterparts.

With respect to the Corporation's Board, I wish to point out that the Government has renewed the terms of Jeanine C. Beaubien and Louise Pelletier for five years. Congratulations to them both.

I want to thank François Macerola, who chaired Telefilm from July 2001 to February 2002 after serving as the agency's Executive Director for six years. At the request of the Minister of Canadian Heritage, Mr. Macerola is currently heading a review of the definition of Canadian content that has underpinned the industry support system for the past 30 years. It goes without saying that Telefilm is contributing to this important exercise.

My congratulations go as well to Richard Stursberg and his team for what they have accomplished these past months. Telefilm Canada's Board and management are working together to make the Corporation a foremost reference in cultural programs and services to the industry.



Charles Belanger

Message from the Executive Director

It was with a great deal of enthusiasm that I took up my duties as Executive Director of Telefilm Canada in January 2002. A public agency of this size and scope truly impacts cultural life in this country by supporting the creation and distribution of a broad range of first-rate products accessible to Canadians in a variety of media from coast to coast.

How would I qualify the year 2001-02? Certainly as one of transition, but also in many respects as one of consolidation.

Fiscal 2001-02 was marked by the start-up of the Canada Feature Film Fund, which doubles the resources for Canadian cinema and provides end-to-end industry support, from script to screen; by the increase and diversification of support for new creation and distribution technologies through the Canada New Media Fund; and by the establishment of the Music Entrepreneur Program, which expands Telefilm's cultural industry mandate. This program, part of the Canada Music Fund, is a first for the Corporation, since it focuses exclusively on companies by supporting the development and implementation of business plans.

Telefilm is constantly adapting its policies and strategies to industry needs and changes in the audiovisual landscape. An outside firm was hired in the fall of 2001 to conduct a nationwide survey aimed at assessing the quality of the Corporation's services and the level of satisfaction of its clients. Telefilm also heard directly from close to a hundred clients and partners brought together for a three-day summit in December 2001 under the banner *Towards Tomorrow*.

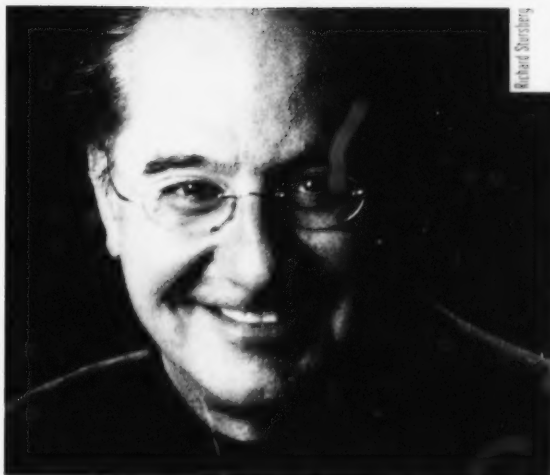
With the results of the summit and the survey in hand, I was able to begin my mandate by addressing two specific issues: prioritizing Telefilm's major objectives and defining ways to improve our services to the industry.

The message the industry sent us can be summed up as follows: Telefilm is an important, even vital, agency, but it could operate "faster and better." Clearly, the demand is for Telefilm to have a vision, processes and services commensurate with its capacity to act and with its budget, which now stands in excess of \$230 million a year.

A Central Objective: To Reach Audiences

Accordingly, we have defined a new business vision centred on a clear, measurable objective: to build larger audiences for Canadian cultural products. This inclusive objective obliges us to consider the entire chain of industry activities from the standpoint of performance. Public investments must translate into abundant, diverse, high-quality production, but that production must also appeal to Canadians. The act of creating, let us remember, finds its full meaning when the finished work reaches its public.

The added financial resources for new media are therefore earmarked in part for marketing and promoting Canadian products. And our support for music entrepreneurs is designed to strengthen the music sector, from creation to audiences, taking into account the national and worldwide sales of both established and emerging firms.



Richard Surin

For feature films, the target is 5% of the domestic box office by 2006, up from the current average of less than 2%. Other countries have led by example in recent years: in Germany, the box office take for national products has risen to 13%; in Great Britain, to 20%; and in France, to more than 40% of the market.

The task will not be easy, despite the doubled financial resources, since our objective requires that, by 2006, the market share for French-language films increase from 9% to 12%, and that for English-language films, from 1% to 4%. Diversity remains the best recipe for success. Comedies have great appeal, as we saw once again in 2001-02 with *Les Boys III*, produced in Montréal, and *Men With Brooms*, produced in Toronto. But Quebec's performance is also tied to other types of films like *Hochelaga*, *Maelström*, *15 février 1839*, *Le Collectionneur*, *Un crabe dans la tête* and *La Mystérieuse Mademoiselle C.*, all of which grossed between \$475,000 and more than \$1 million.

For 2002-03, we have strengthened the provisions of the Canada Feature Film Fund designed to increase audiences: the selective component of the CFFF, based on comparative project assessment, now prioritizes films with good audience potential and considers criteria such as the distributor's financial contribution to a film's release. Moreover, we have clearly set out our marketing and promotion requirements, and the minimum hurdle rate of our investments in cases where they exceed \$1 million.

Should we be rethinking our support for television along the lines of the comprehensive, script-to-screen approach adopted for features, with a more pronounced audience focus? One thing is sure: we are looking for better rating methods than those currently available, which give partial and sometimes contradictory results. To define effective strategies for the future, it is essential that we have an accurate picture of program reach – by genre, by category, by region, by type of broadcaster and by language.

Priority to SMEs, at Home and Abroad

The fall 2001 survey delivered a clear consensus on the need to support the growth of Canadian small and medium-sized businesses more effectively. Important steps in that direction were taken during the year.

The performance-based component of the CFFF provides envelopes for companies that do well at the box office and allows them to produce the films of their choice. Within the Canadian Television Fund, Telefilm created the SME Distribution Program to provide distributors with envelopes for acquiring the rights to big budget productions. And in conjunction with the CTF and the Interdepartmental Partnership with Official-Language Communities (IPOLC), Telefilm instituted a support program for television project development, which is reserved for Francophone SMEs in linguistic minority situations.

The Corporation's international support is focused on SME development. Our European office organized the annual immersion session in Paris, giving more than 35 SME representatives the opportunity to forge valuable ties with coproduction partners. At certain major markets, Telefilm and a dozen Canadian associations and agencies joined forces in the Canada Pavilion, thus drawing more SMEs to these events, making it possible to offer them better rates and services, and enhancing their visibility in a competitive environment. It certainly bears mentioning that *Moving Pictures* magazine voted the Canada Pavilion best of the 2002 Cannes Film Festival!

Fast, Efficient, Transparent Processes and Communications

We have begun to simplify our administrative processes, and a working group on due diligence has been struck for this purpose. The formalities required of smaller companies and of any company applying for support in a modest amount will be considerably reduced. Furthermore, as part of standardizing our processes nationwide, we will develop a customer service charter that defines what the industry can expect from us, and what Telefilm expects from the industry.

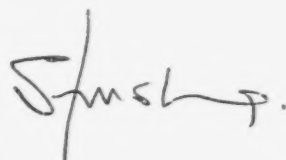
Our new website, launched in the spring of 2002, is more informative and more interactive; in short, more effective. Each of our Canadian offices has its own portal, a direct, privileged connection to its clientele. We are also working on the gradual implementation of an extranet that will enable us to further automate business contacts with our clients.

Compelling Annual Results

Telefilm's commitments in 2001-02 amounted to \$208.3 million, up 17% from the year before. This result is attributable to the new funding for feature films and new media. The administrative expenses represent 9.5% of these commitments, a reasonable percentage if you take into account the introduction of new industry support programs and new information systems.

Telefilm financed 956 production and development projects, a record number. The Corporation allocated 65% of its resources to projects in English, 34% to projects in French and 1% to projects in Aboriginal languages.

In closing, I want to congratulate François Macerola for his contribution to Telefilm this year, first as Executive Director, then as Chair of the Board. My thanks go to the Telefilm Board, our colleagues at the Canadian Television Fund, the Feature Film Advisory Group, the New Media Advisory Committee and the industry for their collaboration. And I warmly salute all of Telefilm's employees, some of whom valiantly held down interim positions this past year: as last fall's survey has shown, their expertise and commitment constitute one of our agency's most valuable assets.



Richard Stursberg

2001-02 Commitments

	Commitments for New Projects <i>(in millions of dollars)</i>	Amendments to Previous Year Contracts <i>(in millions of dollars)</i>	Total <i>(in millions of dollars)</i>
Canadian Television Fund			
Equity Investment Program			
Production	103.1	0.2	103.3
Development	4.5	0.4	4.9
Total	107.6	0.6	108.2
Canada Feature Film Fund			
Development, Production and Marketing Programs			
Production	37.2	(0.8)	36.4
Development	2.7	1.2	3.9
Marketing (disbursements)	9.7	1.8	11.5
Official coproductions (mini-treaties)	1.1	0.0	1.1
Subtotal	50.8	2.1	52.9
Complementary Activity Programs	4.1	0.5	4.6
Screenwriting Assistance Program	1.9	0.1	2.0
Low Budget Independent Feature Film Assistance Program	2.0	0.1	2.1
Total	58.9	2.8	61.6
Canada New Media Fund			
Product Assistance	9.1	(0.2)	9.0
Distribution Assistance	0.1	0.0	0.1
Sectoral Assistance	1.0	0.0	1.0
Total	10.2	(0.1)	10.1
Production Revenue Sharing Program	0.8	0.1	0.8
Official coproductions - mini-treaties (television)	0.6	(0.1)	0.6
Versioning (television)	1.5	0.0	1.5
Other funds and programs			
Regular Fund	0.2	0.0	0.2
International Marketing	0.7	0.0	0.7
Market Participation (television)	0.7	0.0	0.7
Grants to Canadian Festivals (television)	0.2	0.1	0.3
Industrial and Professional Development	1.1	(0.1)	1.0
National Training Program in the Film and Video Sector	0.7	1.7	2.4
Other forms of support	0.3	0.0	0.3
Total	3.9	1.6	5.6
Administrative expenses¹	-	-	19.8
Total	183.6	4.8	208.3

1. Excludes expenses related to the Canadian Television Fund's Board of Directors.

Note: Results of additions do not always correspond to totals due to rounding.

From Coast to Coast



ATLANTIC REGION

Ralph Holt, Director

Atlantic Canada upheld its tradition of quality production in 2001-02, with television again accounting for the bulk of the crop. Several series found favour with both domestic and international audiences. The long running *Made in Canada* continued to perform well; the notoriously funny *Trailer Park Boys* was renewed for a third season; and *Trudeau*, a mini-series exploring the legacy of the most enigmatic prime minister in Canadian history, drew critical acclaim and in excess of 1.75 million viewers per night.

Atlantic documentaries ring with fervour, telling the region's stories, recounting its history and revealing its people. Among this year's notables are *Eastern Tide*, an anthology series that gives voice to untold tales of the Wabanaki people (primarily Mi'kmaq), and *Fool Proof*, a humorous and intriguing look at the world of clowning.



The year's features include *The Bay of Love and Sorrows*, in which a young man attempts to live on both sides of the railway track with tragic results; *Marion Bridge*, a traditional Eastern tale of bittersweet homecoming; and the first three films from the "Seats 3A & 3C" collection, shot on digital video: Tricia Fish's *dragonwheel*, Thom Fitzgerald's *The Wild Dogs* and Daniel MacIvor's *Past Perfect*. *Rare Birds*, funded in 2000-01, won the Atlantic Film Festival Audience Award prior to its cross Canada release.

In its fourth year of operation, the Emerging Filmmaker Program – an Atlantic office initiative – supported promising talent from New Brunswick, Newfoundland and Nova Scotia with funding for strong first works: Justin Sims's *Ashore*, Shandi Mitchell's *Baba's House*, Jonathan Collicott's *Pale Blue Glass*, and Jay Dahl's *The Wedding Video*.

Many innovative new media products were financed, among them *Made in Canada Online*, a website that takes users into a wholly "made in Canada" world, and *Project Ecolab*, a site where children learn about natural evolution by creating unique life forms for release into a virtual environment.

QUEBEC

Michel Pradier, Director

Quality and innovation remained the watchwords for the Quebec industry. On television, series like *Fortier*, *Willie* and *The Last Chapter/Le Dernier Chapitre* drew an average of 1.5 million viewers, while new drama such as *Tabou* and *Cauchemar d'amour* earned enviable ratings. *Ayoze!* and *Ramdam* joined *Bonjour Madame Croque-Éclair* and *Cornemuse* on the children's program hit parade. Documentaries explored human relations (*Entre père et fils*), mental illness (*Oppression III*), famous people and events (*100 Québécois qui ont fait le XX^e siècle*, *1701 La Grande Paix de Montréal*), nature (*L'Esprit des lieux*) and culture (*Claude Jutra, portrait sur film*).

Six features released during the year chalked up over \$12 million in combined box office receipts: *Les Boys III*, *Le Collectionneur*, *K2*, *La Mystérieuse Mademoiselle C.*, *Nuit de noces* and *Savage Messiah*. As well, films such as *15 février 1839*, *L'Ange de goudron* and *Un crabe dans la tête* garnered awards at home and abroad.



THE LAST CHAPTER
Les Frères Iron
Télé-Action Inc.

The eagerly awaited features financed in 2001-02 include first works – *Québec-Montréal* by Ricardo Trogi and *Comment ma mère accoucha de moi durant sa ménopause* by Sébastien Rose – as well as second features – *20 h 17* by Bernard Émond and *La Turbulence des fluides* by Manon Briand – and new films from seasoned directors like Léa Pool (*Mariposa Azul*), Denise Filiatrault (*L'Odyssée d'Alice Tremblay*) and Charles Binamé (*Un homme et son péché*).

The Canada New Media Fund drew strong demand, with Quebec producers making their mark in games and convergence project design. The Quebec office also supported the new media training program run by the Institut national de l'image et du son (INIS).

Lastly, this office maintained its support for Francophones outside Quebec through the Interdepartmental Partnership with Official-Language Communities (IPOLC), encouraging project development, training and professional development.



ONTARIO

Karen Franklin, Director

The Ontario office's commitment to increasing audiences for Canadian cinema paid off in 2001-02, with supported films garnering not only awards, but the attention of moviegoers across the country and around the world. Paul Gross's *Men With Brooms* hit domestic screens in March 2002 and grossed close to \$4 million in two months. The Cannes Film Festival selected two Ontario productions for its 2002 official line-up: *Ararat* by Atom Egoyan, a dramatization of the Armenian genocide, and David Cronenberg's *Spider*, adapted from Canadian author Patrick McGrath's novel.

On Their Knees, a feature from writer-director-star Anais Granofsky supported in 2000-01 out of the successful Low Budget Independent Feature Film Assistance Program of the Canada Feature Film Fund (CFFF), won the Best Director Award at the Reel Black Gala and the Best Canadian Feature Award at the ReelWorld Film Festival. This program has financed many Ontario productions, some of which will be seen in upcoming festivals. The English-language component of the Screenwriting Assistance Program (CFFF) selected 53 projects from the region for financing. The Toronto office hosted the juries, made up of industry peers, for the three submission deadline dates.



Television production continued to flourish. *Degrassi: The Next Generation* went to air with a new interactive Web component, attracting nationwide audiences; the MOW Tagged: *The Jonathan Wamback Story* drew 1.5 million viewers; and young viewers tuned in faithfully to *Sciences Point Com II*. Two big budget, groundbreaking documentaries – *Going to the Movies*, by acclaimed director Gail Singer, and Shelley Saywell's *Street Nurse* – were financed, and *The Rings of Saturn*, a dance-drama special whose cast includes Sonja Smits and world renowned dancer Rex Harrington, also received financing from Telefilm Canada.

In the area of new media, there was a marked increase in the quality of projects this year. The websites *GirlStuff* *BoyStuff*, *Juno Beach Virtual Museum*, *degrassi.tv* and others show great promise. And in order to increase showcase opportunities for new media products, Telefilm Canada was a major sponsor of DigiFest, Ontario's newest interactive digital media festival.



WESTERN REGION

Lauren Davis, Interim Director

In feature films, it was a great year for the West. *Atanarjuat* picked up the Cannes Golden Camera award for a first feature, nine international awards and six Genies. *Last Wedding*, by Bruce Sweeney, opened the Toronto International Film Festival, where

Inertia from Winnipeg's Sean Garrity won Best Canadian First Feature Film. At the Vancouver International Film Festival, the Telefilm Canada Award for Best Emerging Western Director went to Robert Cuffley for *Turning Paige*. The Sundance Festival featured *Christmas at Wapog Bay* by Dennis Jackson, *Fubar* by Michael Douse and *Lola* by Carl Bessai. The Berlin Festival also screened *Lola*, as well as Anne Wheeler's *Suddenly Naked*.



In the television field, *Nuclear Dynamite* brought home six international awards from festivals ranging from Beijing, China, to Parma, Italy. *Da Vinci's Inquest* maintained strong audience appeal and picked up Best Dramatic Series and Best Performer by a Lead Actor awards at the Gemini. Eight of the twelve projects pitched at the Mannheim Documentary Market were from Western Canada. Moreover, the Western industry welcomed the Canada New Media Fund with open arms and record breaking demand for support for innovative, top flight projects.

A seven city Western training tour delivered skill enhancement to Aboriginal producers, with expert advisors from Telefilm, broadcasters and public agencies detailing their programs and providing case study information on the intricacies of the television production business.

Telefilm's Asia Pacific Initiative and the Canadian Consulate in Shanghai presented a Canadian Film Panorama at the 2001 Shanghai International Film Festival. Producers Niv Fichman (*Last Night*), Shan Tam (*Lunch with Charles*) and Claude Gagnon (*Winter Stories*), along with director Michael Parker (*Lunch with Charles*), participated in festival and market events. At the 2001 Banff Television Festival, a Canada Singapore Networking Lunch drew 27 Singapore producers and 40 Canadians. Seven Canadian companies participated in Telefilm's umbrella stand at the 2001 Asia Television Forum in Singapore.

Events



MONT-TREMBLANT SUMMIT 2001

In December 2001, Telefilm Canada brought together over 100 Canadian industry players under the banner "Towards Tomorrow."

Tonya Lee Williams (The Publicity Group), Charles Belanger, Chair of Telefilm Canada, Guy DeRepentigny, Director - Policy Planning and Research, Shan Tam (Holiday Pictures Ltd.), Julia Kestley (Kestley Films Ltd.)



NATIONAL SCREEN INSTITUTE FILMEXCHANGE

Charles Belanger, Chair of Telefilm Canada, Carol Vivier, formerly with Manitoba Film & Sound, Dave Angus, President of the Winnipeg Chamber of Commerce



MEN WITH BROOMS SCREENING

The *Men With Brooms* screening in Ottawa drew the Right Honourable Jean Chretien, Prime Minister, the Honourable Sheila Copps, Minister of Canadian Heritage, Richard Stursberg, Executive Director of Telefilm Canada and more than 500 guests.



CANNES FESTIVAL 2002

Atom Egoyan, director of *Ararat*, shown out of competition, with Richard Stursberg, Executive Director of Telefilm Canada



MIPTV 2002

Hosted by Telefilm Canada and partners, the Canada Pavilion was an indispensable business centre!



IMMERSION EUROPE 2001

Canadian producers reap business benefits at the Europe immersion sessions organized by Telefilm Canada's European office.

J.J. Louberg (Film Council), Michael Schmetz (Film Board Berlin Brandenburg), Sheila de la Varenne (Telefilm Canada-Europe), Gail Thompson (DMOC), Bill House (Alliance Atlantis), Diane Dube (The Completion Guarantors (TGC) Inc.), Bryan Freeman (CBC International Sales), Valerie Doughton (Saskfilm and Video Development Corporation), Suzanne Laverdiere (Societe Radio-Canada)



Television



Canadian Television Fund – Equity Investment Program

Projects contracted – Production, screenwriting and development

	Number of Projects ¹	Total Budgets ² (in thousands of dollars)	Telefilm Canada (in thousands of dollars)
French			
Production	115	149,986	33,937
Amendments – Production ³	—	—	315
Subtotal	115	149,986	34,252
Screenwriting and development	81	5,116	1,517
Amendments – Development ³	—	—	89
Subtotal	81	5,116	1,606
Subtotal – French	196	155,103	35,857
English			
Production	178	312,958	68,277
Amendments – Production ³	—	—	(90)
Subtotal	178	312,958	68,186
Screenwriting and development	162	7,297	2,848
Amendments – Development ³	—	—	288
Subtotal	162	7,297	3,136
Subtotal – English	340	320,254	71,323
Aboriginal languages			
Production	16	6,236	869
Amendments – Production ³	—	—	—
Subtotal	16	6,236	869
Screenwriting and development	9	347	154
Amendments – Development ³	—	—	(4)
Subtotal	9	347	150
Subtotal – Aboriginal languages	25	6,582	1,019
Total	561	481,939	108,199

1: Includes three projects also funded through the Canada Feature Film Fund.

2: Includes total coproduction budgets.

3: Amendments include reductions to previous year commitments.

Canadian Television Fund Equity Investment Program

The mandate of the Canadian Television Fund (CTF) is to encourage the creation and broadcast of original programs that express Canadian society in all its diversity. The Fund strengthens the role of television as a vital medium of cultural expression and, year after year, makes it possible for Canadians to see hundreds of stories that illustrate their reality, their imagination and their dreams in primetime slots. The programs supported by the Fund are highly popular, winning over audiences in all regions of the country and abroad.

FOURIER
ARTISTS
PRODUCTIONS



Jointly funded by the government of Canada and cable and direct-to-home satellite providers, the Canadian Television Fund comprises the Equity Investment Program and the SME Distribution Program, administered by Telefilm Canada, and the Licence Fee Program and the Promotion of Programming Fund, both administered by the CTF.

Equity Investment Program

Through the Equity Investment Program (EIP), Telefilm Canada supports television program and feature film production, as well as the development and scripting of new projects for television.

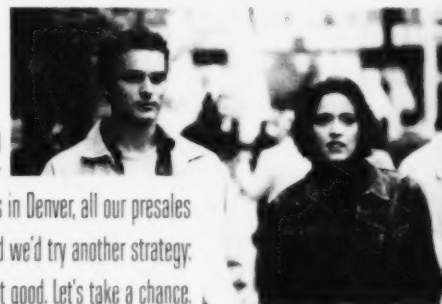
The EIP also administers the CTF envelope devoted to the development and production of projects in Aboriginal languages.

Jordy Randall

Producer, *Tom Stone*

"We were told if we set the series in Denver, all our presales would be solved. We figured we'd try another strategy: Let's make it good. Let's take a chance. Let's do something that doesn't look like everything else."

Globe and Mail, February 19, 2002



Record-breaking Numbers: 561 Projects, 1,240.5 Production Hours

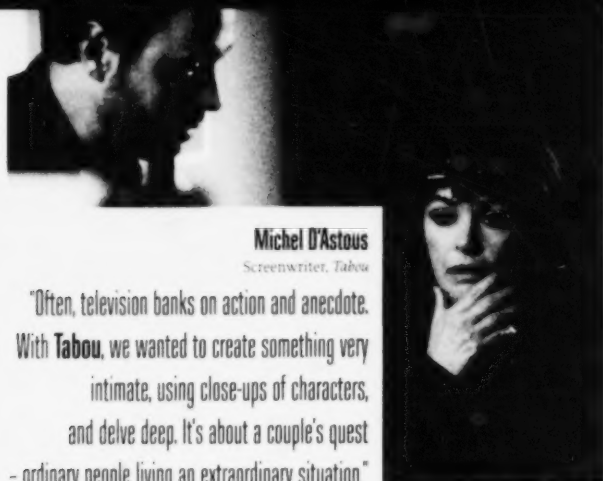
In 2001-02, the EIP supported 561 projects, up 20% from the previous year and 82% from five years ago. One of the EIP's goals is to offer Canadian audiences an array of products that reflect broad diversity in terms of category, subject matter and regional origin.

To take these projects from script to screen, Canadian producers raised financing for total budgets of \$481.9 million, including the \$9.1 million foreign share of coproductions in which Canada is a minority partner.

This record breaking activity translated into 1,240.5 peak viewing time production hours, an increase of 15% compared to the previous year. The increase was seen in both English and French production, in the children's program, documentary and variety and performing arts categories.



TARGET: THE JONATHAN
WARRICK STORY
Legacy Pictures Inc.



Michel D'Astous

Screenwriter, *Tabou*

"Often, television banks on action and anecdote. With *Tabou*, we wanted to create something very intimate, using close-ups of characters, and delve deep. It's about a couple's quest - ordinary people living an extraordinary situation."

Le Devoir, February 23, 2002

Writing and Development

The EIP supported the writing and development of 252 television projects, compared to 213 in 2000-01. Its participation represented 35% of the total budgets.

The linguistic breakdown is as follows: 63% of commitments was allocated to projects in English, 34% to projects in French and 3% to projects in Aboriginal languages.

In terms of program categories, 52% of the resources went to drama, 37% to documentaries, 9% to children's programs and 2% to variety and performing arts programs.



CÉLÈBRE QUI ATTENDRA
 Productions
 Phase 1st Studio
 documentaire
 Acadie (National
 Film Board
 of Canada)

Canadian Television Fund - Equity Investment Program Analysis of Financial Participation

Production only - New projects contracted

Categories	Number of Projects ¹	Hours of Production	Total Budgets		Budgets ²		CTF – Equity Investment Program		Canada Feature Film Fund		Telefilm Canada Other Funds (PRSP)	
			In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%		
French												
Drama	21	136.0	62,379	62,379	17,477	28.0	–	0.0	–	0.0		
Variety	8	27.0	6,049	6,049	1,458	24.1	–	0.0	–	0.0		
Children	12	258.8	29,240	29,240	4,225	14.4	–	0.0	–	0.0		
Documentaries	71	208.5	42,813	42,452	8,534	20.1	–	0.0	–	0.0		
Feature films	3	4.9	9,505	9,505	2,242	23.6	378	4.0	200	2.1		
Subtotal	115	635.2	149,986	149,625	33,937	22.7	378	0.3	200	0.1		
English												
Drama	31	170.0	165,405	161,629	37,694	23.3	–	0.0	200	0.1		
Variety	5	5.8	5,161	5,161	1,565	30.3	–	0.0	–	0.0		
Children	17	108.0	70,612	65,676	11,558	17.6	–	0.0	319	0.5		
Documentaries	121	240.9	57,985	57,985	12,685	21.9	–	0.0	10	0.0		
Feature films	4	7.0	13,795	13,795	4,776	34.6	630	4.6	–	0.0		
Subtotal	178	531.7	312,957	304,246	68,277	22.4	630	0.2	529	0.2		
Aboriginal languages	16	73.6	6,236	6,235	869	13.9	–	0.0	–	0.0		
Total	309	1,240.5	469,179	460,105	103,082	22.4	1,008	0.2	729	0.2		

1. Includes three projects also funded through the Canada Feature Film Fund.

2. Does not include the foreign share (\$9,071,193) of coproductions in which Canada is a minority partner.

All percentages are calculated on these amounts.

Detailed financial participation tables are available on the Telefilm Canada website (www.telefilm.gc.ca).

Production: A Broad Array of Genres and Subjects

In television production (excluding feature films and projects in Aboriginal languages), 58% of the EIP's investments went to drama, 22% to documentaries, 17% to children's programs and 3% to variety and performing arts programs.

100 DAYS IN THE JUNGLE
ImageNation Film and
Television Film
Productions Inc./
Sextant Entertainment
Group Inc.



Wayne Grigsby

Scriptwriter, Producer, Executive Producer, *Trudeau*

"He was a guy who made the country go, 'Wow!'"

- so we needed a film that would make

the country go, 'Wow!'"

The Gazette, March 30, 2002

The documentary industry maintained strong growth: 192 documentaries were produced this year, compared to 151 the previous year and 110 two years ago. And for the second year in a row, the number of documentary hours increased by 40%.

A similar upswing occurred in children's programs, where the number of projects rose by 38% and broadcast hours by 28%.

CTF - Licence Fee Program		Broadcasters		Private Sector		Distributors		Other Government Sources		Foreign Participants	
In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%
12,878	20.6	16,204	26.0	1,442	2.3	140	0.2	14,238	22.8	-	0.0
586	9.7	1,712	28.3	917	15.2	-	0.0	1,316	21.8	60	1.0
5,669	19.4	11,670	39.9	803	2.7	242	0.8	6,587	22.5	45	0.2
8,136	19.2	10,943	25.8	1,738	4.1	272	0.6	12,116	28.5	713	1.7
500	5.3	660	6.9	808	8.5	1,000	10.5	3,103	32.6	614	6.5
27,768	18.6	41,189	27.5	5,708	3.8	1,653	1.1	37,361	25.0	1,432	1.0
29,660	18.4	39,168	24.2	17,252	10.7	13,723	8.5	21,275	13.2	2,658	1.6
925	17.9	1,223	23.7	623	12.1	138	2.7	462	9.0	225	4.4
8,413	12.8	12,206	18.6	11,714	17.8	6,011	9.2	8,815	13.4	6,639	10.1
9,490	16.4	19,351	33.4	4,153	7.2	805	1.4	9,879	17.0	1,612	2.8
1,294	9.4	630	4.6	1,597	11.6	1,325	9.6	2,839	20.6	705	5.1
49,783	16.4	72,578	23.9	35,339	11.6	22,001	7.2	43,271	14.2	11,838	3.9
1,704	27.3	1,321	21.2	661	10.6	-	0.0	1,680	26.9	-	0.0
79,255	17.2	115,088	25.0	41,708	9.1	23,655	5.1	82,311	17.9	13,270	2.9

Telefilm and its Network of Partners

EIP funding, which accounted for 22.4% of the total production budgets this year, is crucial to making projects happen. As the Analysis of Financial Participation table shows, the combined participation of Telefilm and the Canadian Television Fund – counting support from the Corporation's other funds and the Licence Fee Program – amounts to 40% of the budgeted costs, a substantial increase of 36.8% over the previous year.



THE RINGS OF SATURN
Mosaic
Productions

Overall, the EIP allocated 34% of its resources to projects destined for CBC/Radio Canada and 66% to projects destined for other broadcasters.

Once again, broadcasters, the private sector (producers, services, funds and private investors), Canadian distributors, other government sources and foreign participants made a very sizable contribution to the vitality of the Canadian television industry.

Broadcaster participation continued to rise, representing 25% of the production budgets. It was proportionately higher for documentaries and children's programs.

Support from other government sources (federal and provincial agencies) in the form of tax credits and investments rose by 10%, resulting in increased production in Newfoundland, Nova Scotia, Quebec, Saskatchewan and Alberta.

Regional Breakdown of Funding

According to the location of the companies with which the Corporation signed production contracts through the CTF – Equity Investment Program

Atlantic region

11%

Western region

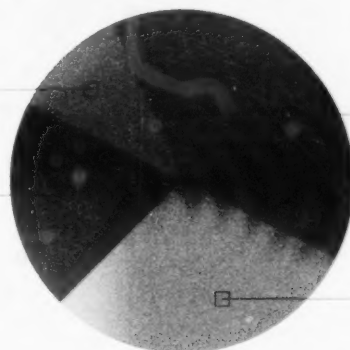
20%

Quebec

39%

Ontario

30%



Linguistic Breakdown of Funding

The Corporation provided equitable funding for development and production in English (66% of commitments), French (33%) and Aboriginal languages (1%).

Telefilm devoted 15% of its commitments to projects in linguistic minority situations, with \$15.7 million going to 82 projects, nearly double the amount of the year before. A total of 46 projects produced in English in Quebec received \$11.2 million, while 36 French-language projects from New Brunswick, Ontario, Manitoba, Alberta and British Columbia received \$4.5 million.



DA VINCI'S INQUIRY
Haddock
Entertainment
Boris Alper
Productions Inc.



UN HOMME ET SON PÉCHÉ
Cité Américaine

Feature Films: Seven Productions

The EIP administers half of the Canadian Television Fund's envelope earmarked for feature films, i.e. \$7.5 million. In 2001-02, the EIP supported the production of seven features, four of which were from Montréal: *Un homme et son péché* by Charles Binamé, *The Book of Eve* by Claude Fournier, *Le Piège d'Issoudun* by Micheline Lanctôt and *Le Goût des jeunes filles* by John L'Écuyer. One originated in Vancouver, *The Burial Society* by Nicholas Raczy; another in Toronto, *Long Life, Happiness and Prosperity* by Mina Shum; and *Marion Bridge* by Wiebke Von Carolsfeld was produced in Halifax.

For its part, the Canada Feature Film Fund, which is discussed in the following section of this report, backed the production of 54 features through its Development, Production and Marketing Programs, the Low Budget Independent Feature Film Assistance Program and the mini-treaties with France.



Linda Schuyler

Co creator, Producer, Executive Producer,
Degrassi: The Next Generation

"So, the challenge of the new *Degrassi* has been to keep the emotional truth of the teenage years, while reflecting the great technological influences on these young people's life."

Globe and Mail, March 14, 2002

Coproduction

In 2001-02, the EIP helped to finance 16 coproductions with investments of \$9.5 million. Twelve of these works are majority Canadian ventures. The principal coproducing countries were the United Kingdom and France, but coproductions were also produced with Ireland, China, Singapore, Austria and Denmark.

Altogether, the budgets of these coproductions amount to \$59.5 million. The Canadian share is \$38.9 million, with the EIP assuming 23% of that amount.



GIRLSTUFF BOYSTUFF
Decade
Entertainment Inc.
Agoe
Entertainment Ltd.
(Hong Kong)
Ammun
Entertainment Ltd.
(United Kingdom)





Canada Feature Film Fund

Projects completed

	Number of Projects ^a	Total Budget ^b (Millions of Dollars)	Filmfest Canada Total Commitment ^c (Millions of Dollars)
Development, Production and Marketing Programs			
Development	106	6,252	2,718
Amendments - Development	—	—	1,154
Subtotal	106	6,252	3,873
Production	37	213,885	37,227
Amendments - Production	—	—	(811)
Subtotal	37	213,885	36,416
Marketing (disbursements)			
Acquisition of rights to Canadian feature films	41	10,277	4,699
Marketing of Canadian feature films	41	10,430	5,001
Amendments - Marketing	—	—	1,762
Subtotal	82	20,707	11,462
Mini treaties with France	6	26,205	1,145
Total	231	267,049	52,896
Complementary Activity Programs			
Grants to promotional activities	2	8,087	350
Alternative distribution networks	15	5,805	476
Canadian festivals	36	27,549	1,686
Versioning (theatrical)	12	583	454
Participation in foreign markets	—	—	87
Participation in foreign festivals	—	—	775
Publicity and publications	—	—	234
Other	—	—	48
Amendments - Complementary Activities	—	—	533
Total	65	42,024	4,643
Screenwriting Assistance Program			
	146	1,939	1,939
Amendments - Screenwriting	—	—	86
Total	146	1,939	2,025
Low Budget Independent Feature Film Assistance Program			
	12	6,735	2,010
Amendments - Low Budget Features	—	—	50
Total	12	6,735	2,060
Total	454	317,747	61,623

^a Includes three projects also funded through the CTF Equity Investment Program.

^b Includes total coproduction budgets.

^c Includes amendments to previous year commitments.

Canada Feature Film Fund

The Canada Feature Film Fund (CFFF), which began operating in April 2001, is the cornerstone of the Canadian Feature Film Policy. The CFFF increases and re-centres government support by adopting an integrated approach to financing that covers all aspects of film industry activity, from screenwriting to international marketing.

The CFFF takes over from the Feature Film Fund, the Feature Film Distribution Fund and other complementary film support programs previously administered by Telefilm Canada. The new fund is focused on performance. Its primary objective is to build larger audiences for Canadian features in order to see them capture a 5% share of the domestic box office by 2006.



LOUISE D'AMORE
Alice Tremblay
Film Festival
A Line Magazine Inc.

During its first year of operation, the Fund supported Canadian feature film writers, directors, producers and distributors through programs and financial instruments tailored to the industry. The result has been top-quality movies made with bigger budgets on average, and launched with more effective marketing. The Corporation has also refined its support strategies for festivals and markets to ensure that these events help Canadian creators connect with audiences.

Annual Budget and Commitments

The Canadian Feature Film Policy has doubled the resources for Canadian cinema, which now stand at \$100 million. Excluding the Canadian Television Fund's \$15 million envelope earmarked for features – half of which is administered by Telefilm through the Equity Investment Program – and the nearly \$5 million administered by organizations other than Telefilm, the budget of the Canada Feature Film Fund is close to \$80 million. This amount includes the administrative expenses related to program delivery.

David Cronenberg
Director, *Spider*

"I've integrated [in my work] numerous influences in cinema from around the world, but I think that my films are above all fundamentally Canadian, and lastly guided by my personal vision of the Canadian soul."

Les Cahiers du cinéma, May 2001



The CFFF has four sections, which made the following commitments during the year:

- *Development, Production and Marketing Programs* (also called Main Program), each of which includes a performance based component and a selective component: \$52.9 million
- *Screenwriting Assistance Program*: \$2 million
- *Low Budget Independent Feature Film Assistance Program*: \$2.1 million
- *Complementary Activity Programs*: \$4.6 million



SANT MONICA
Felix Film Inc.
Sant Monica Inc.
The Fox Night
Marian Productions
Inc. - Kato Film



In the Fund's first year, to facilitate the transition from the Feature Film Fund, the Department of Canadian Heritage and Telefilm agreed to adopt a flexible approach to managing the Main Program's two components. This allowed producers entitled to a performance-based envelope to use it over more than one year, which partially explains why the resources available in 2001-02 were not fully committed. The year's total commitments amount to \$61.6 million. Exceptionally, the Treasury Board has agreed that nearly \$20 million of the Parliamentary appropriation be carried over for future-year projects.

Canada Feature Film Fund Development, Production and Marketing Programs

Projects contracted

	Performance-based Component Telefilm Canada Total Commitments In thousands of dollars	Selective Component Telefilm Canada Total Commitments In thousands of dollars		Total of Both Components Telefilm Canada Total Commitments In thousands of dollars	
			Number of Projects ¹ In thousands of dollars	Total Budgets ² In thousands of dollars	Total Commitments ³ In thousands of dollars
Development					
French	409	424	28	2,158	833
Amendments to previous year projects ⁴	229	223	—	—	452
English	462	1,423	78	4,095	1,885
Amendments to previous year projects ⁴	209	493	—	—	703
Subtotal	1,310	2,563	106	6,253	3,873
Production					
French	5,900	7,161	14	59,874	13,061
Amendments to previous year projects ⁴	—	240	—	—	240
English	8,825	15,341	23	154,011	24,166
Amendments to previous year projects ⁴	449	(1,500)	—	—	(1,051)
Subtotal	15,174	21,242	37	213,885	36,416
Marketing					
	8,463	1,236	82	20,707	9,700
Amendments to previous year projects ⁴	1,740	23	—	—	1,762
Subtotal	10,203	1,259	82	20,707	11,462
Total	26,687	25,064	225	240,844	51,751

1. Includes three projects also funded through the CTF Equity Investment Program.

2. Includes total coproduction budgets.

3. Total excludes \$1.1 million allocated through coproduction mini-treaties with France.

4. Amendments include reductions to previous-year commitments.

Rock DemersProducer, *Regina*

"I decided I wanted to make films
to give (youngsters) an appetite to live."

The Gazette, June 8, 2002**DEVELOPMENT, PRODUCTION AND MARKETING PROGRAMS**

In these programs, the CFFF provides support through two components, one performance-based and the other, selective.

1) Allocation of Resources:**Performance-based Component and Selective Component****Overall Results**

The performance-based component provides envelopes to companies with a good track record at the domestic box office. In 2001-02, 39 production and distribution companies had access to envelopes for use in the projects of their choice, based on their interests and assessment of the market.

The selective component allows other companies to access the Fund and thus contribute to the diversity and success of Canadian cinema. Project selection is made on the basis of comparison and takes into account the creative and financial aspects, the production team, Telefilm's investment recoupment position, audience potential and the applicant's corporate development.

TURNING POINT
CHLOË is a film
company in
At Shepherd Galk
Productions Inc.



In all, the two components of these programs helped to finance:

- 106 new development projects (performance-based 29; selective 75; both components 2)
- 37 new productions (performance-based 5; selective 14; both components 18)
- 82 new feature film distribution and marketing projects (performance-based 53; selective 27; both components 2)



QUÉBEC-MONTREAL
Go Films

Development and Production

Through the performance-based and selective components, the CFFF committed a combined total of \$40.3 million in production and development. The linguistic breakdown shows that 64% of the committed resources went to projects in English and 36% to projects in French. These results are in line with the Fund's Memorandum of Understanding (MOU), which states that at least one third of development and production resources shall be devoted to projects in French.

Of this \$40.3 million, 41% was allocated in the form of performance-based envelopes and 59% through the selective component. The objective for the year set by the MOU was 50/50. Telefilm demonstrated flexibility by allowing producers with a performance-based envelope to retain a portion of the envelope for future projects.

The two components fostered the creation and telling of a diverse array of excellent stories. Some of the supported projects, such as *Men With Brooms* by Paul Gross and *La Mysterieuse Mademoiselle C.* by Richard Ciupka, have already won over Canadian moviegoers, while Atom Egoyan's *Ararat* and David Cronenberg's *Spider* were selected at the 2002 Cannes Film Festival. Other directors of note this year include well-known names like Deepa Mehta (*Bollywood/Hollywood*), Claude Fournier (*The Book of Eve*) and Robert Morin (*Le Nèg*), promising newcomers like Sébastien Rose (*Comment ma mère accoucha de moi durant sa ménopause*), Kim Nguyen (*Le Marais*) and Katie Tallo (*Possers*), and Manon Briand (*La Turbulence des fluides*), back with her second feature, a Canada France coproduction.



BOLLYWOOD/HOLLYWOOD
Bollywood/Hollywood
Production

Rodrigue Jean

Scriptwriter, Director,
Executive Producer, *Yellowknife*

"I have the feeling that my cinema
draws its inspiration directly from life,
that it seeks a truth through the characters."

Progrès Dimanche, March 10, 2002



Marketing

Altogether, \$10.2 million was disbursed through the performance-based component (89%) and nearly \$1.3 million (11%) through the selective component. It should be noted that Telefilm agreed to the distributors' request to maintain envelopes of at least \$500,000 for distributors who enjoyed a line of credit under the former Feature Film Distribution Fund in 1999-2000. These envelopes were funded through the selective component.

2) Analysis of the Year's Results

Development and Production

The CFFF was highly effective. In production alone, it supported 37 feature films, compared to an average of 26 during the last three years of the Feature Film Fund. This year's \$37.2 million contribution represents almost double the past three years' average of \$18.9 million. The CFFF assumed 20% of the production budgets, which amounted to \$188.8 million. This low percentage is due to coproductions in which the Corporation participated marginally, in compliance with the \$2.5 million ceiling for projects in the selective component. In *Spider* and *Between Strangers*, which have combined budgets of \$30 million, CFFF participation represents 7% and 13%, respectively.

Canada Feature Film Fund Development, Production and Marketing Programs - Production Only Analysis of Financial Participation

Projects contracted

	Number of Projects ¹	Total Budgets ²	Budgets ²	Canada Feature Film Fund		CTF - Equity Investment Program		Telefilm Canada Other Funds (Mini treaties and PRSP)	
				In thousands of dollars	in thousands of dollars	In thousands of dollars	in thousands of dollars	In thousands of dollars	in thousands of dollars
French	14	59,874	43,410	13,061	30.1	142	0.3	1,005	2.3
English	23	154,011	145,433	24,166	16.6	2,668	1.8	—	0.0
Total	37	213,885	188,843	37,227	19.7	2,810	1.5	1,005	0.5

1. Includes three projects also funded through the CTF Equity Investment Program.

2. Does not include the foreign share (\$25,241,810) of coproductions in which Canada is a minority partner.
All percentages are calculated on these amounts.

Detailed financial participation tables are available on the Telefilm Canada website (www.telefilm.gc.ca).



WILD DOGS
cinX communications Inc.
Austin Films Ltd.
(United Kingdom)

The average feature film budget this year is \$5 million; \$6.3 million for projects in English and \$3.3 million for projects in French. This represents a significant increase over the last three years of the Feature Film Fund, when the average budget was \$3 million. However, the 2001-02 figures must be considered cautiously as they result in part from coproductions with hefty budgets. Of this year's 37 features, 15 are coproductions: 9 of them Canadian majority, 5 Canadian minority and 1 equally financed by the coproducers.

In feature film development, 106 projects were accepted for support, up 3% over the last three years of the Feature Film Fund. The CFFF provided 43% of their combined budgets, development being a high risk activity for producers but also a highly important activity for everyone, since it ensures the future of Canadian cinema.

This year's 143 production and development projects illustrate creativity from every region of Canada.

Regional Breakdown of Funding

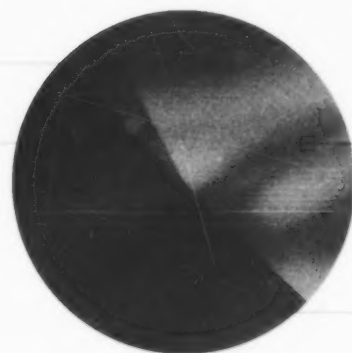
According to the location of the companies with which the Corporation signed production contracts through the Feature Film Fund

Atlantic region
5%

Western region
14%

Quebec region
45%

Ontario region
36%

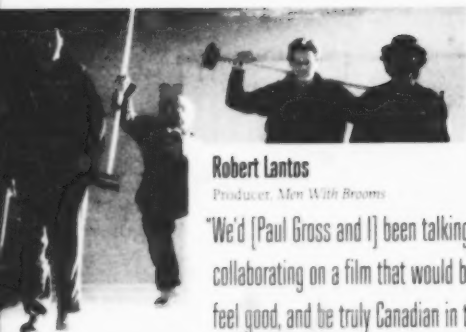


Marketing

Through this program, the CFFF provided \$11.5 million in support of distribution company activities, approximately the same amount as in previous years.

At the distributors' request, Telefilm agreed to consider 2001-02 as a year of transition from the practice centred on the acquisition of rights (contribution to the minimum guarantees for producers) to the CFFF's objective, which is to use the available resources solely for product marketing, in line with the Fund's goal to build larger Canadian audiences. The year's results show that 49% of the resources were used to acquire distribution rights, while 51% served to market feature films.

Distributors		Private Sector		Other Government Sources		Broadcasters		Foreign Participants	
In thousands of dollars		In thousands of dollars		In thousands of dollars		In thousands of dollars		In thousands of dollars	
4,951	11.4	4,027	9.3	17,412	40.1	975	2.2	1,837	4.2
27,933	19.2	20,652	14.2	21,234	14.6	3,182	2.2	45,598	31.4
32,884	17.4	24,678	13.1	38,646	20.5	4,157	2.2	47,435	25.1



Robert Lantos

Producer, *Men With Brooms*

"We'd [Paul Gross and I] been talking for a long time about collaborating on a film that would be funny, that would feel good, and be truly Canadian in the fun sense of the word. The way *Due South* was fun. I think we've covered all the bases with this film." *Globe & Mail*, February 23, 2002

It bears noting that significant efforts were made to enhance film marketing. In 2001-02, the CFFF's contribution was in excess of \$5 million. The average marketing budget was \$244,000. The CFFF's targeted average marketing budget is \$500,000.

COMPLEMENTARY ACTIVITY PROGRAMS

Complementary activities help to build and expand audiences at home and abroad. In 2001-02, the CFFF allocated \$4.6 million to activities that enhance and raise the profile of Canadian cinema.

Canadian Festivals and Events

The CFFF supported 36 festivals this year, including Montréal's World Film Festival, the Toronto International Film Festival, the Vancouver International Film Festival and the Atlantic Film Festival, as well as regional festivals, children's festivals, festivals that reflect Canadian diversity and festivals that provide business building opportunities. The guidelines for assistance to Canadian festivals have been revised to secure prominent positioning for Canadian films and to improve their visibility and promotion. The Fund also supports activities such as the Genie Awards and the Prix Jutra.

International Festivals and Markets

By participating in festivals and markets in other countries, Telefilm helps Canadian films gain the recognition they deserve and encourages international partnerships. The Corporation attends the Berlin and Cannes festivals, and supports Canadian participation at the Independent Film Market in New York and the Sundance Film Festival in Park City. Telefilm publishes production catalogues and special brochures used to promote Canada's industry and products at international events.

Versioning

In 2001-02, 12 Canadian feature films were dubbed into or subtitled in the other official language. Versioning facilitates the circulation of Canadian films in both domestic linguistic markets as well as in foreign markets.

Alternative Distribution Networks

This year, ten feature films benefited from special distribution assistance outside the major circuits. The CFFF also supported the activities of organizations such as Film Circuit in Toronto, Moving Pictures in Vancouver and Réseau Plus in Montréal.



FLOWER & GARNEY
Ministry
of Extreme
Circumstances
Films Inc.

LOW BUDGET INDEPENDENT FEATURE FILM ASSISTANCE PROGRAM

This program offers filmmakers the opportunity to create features that are director driven and controlled. In 2001-02, the Program supported 12 films: 9 in production and 3 in post-production. In accordance with the applicable policy, the budgets ranged from \$300,000 to \$750,000, averaging \$560,000.

The Corporation's contribution accounted for 30% of the budgets, the other funding sources being the private sector and private assistance funds, 36%; tax credits and government investments, 21%; distributors, 3%; broadcasters, 5%; and sponsors, 5%.

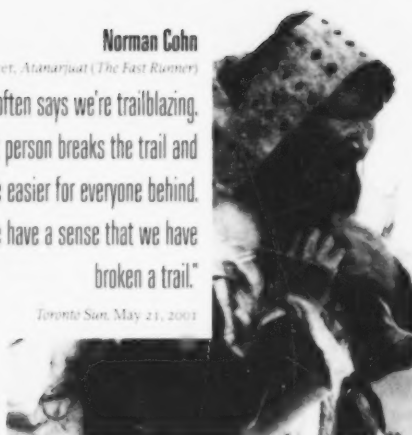
Telefilm directed 30% of its investments to projects in French and 70% to projects in English. The Corporation targets the following breakdown: two-thirds for English-language and one-third for French-language projects. This balance should be achieved in 2002-03.

Norman Cohn

Producer, *Atanarjuat (The Fast Runner)*

"Zacharias often says we're trailblazing. The first person breaks the trail and then it's a little easier for everyone behind. So we have a sense that we have broken a trail."

Toronto Star, May 21, 2001



This program encourages filmmakers in all regions: 40% of all support went to projects from Quebec, 30% to projects from Ontario, 20% to projects from the West and 10% to projects from the Atlantic region.

The supported features are already adding to the renown of Canadian film: *On Their Knees* was screened at the Toronto International Film Festival and the ReelWorld Film Festival, *Corpus Callosum* at the international Berlin and Rotterdam festivals, *Looking for Leonard* at South by Southwest in Austin, and *Fubar* at Sundance.

LONG LIFE, HAPPINESS AND PROSPERITY
Shafiq-ibrahim Films/Money Productions



LOOKING FOR LEONARD
Frustrated Films Inc.

SCREENWRITING ASSISTANCE PROGRAM

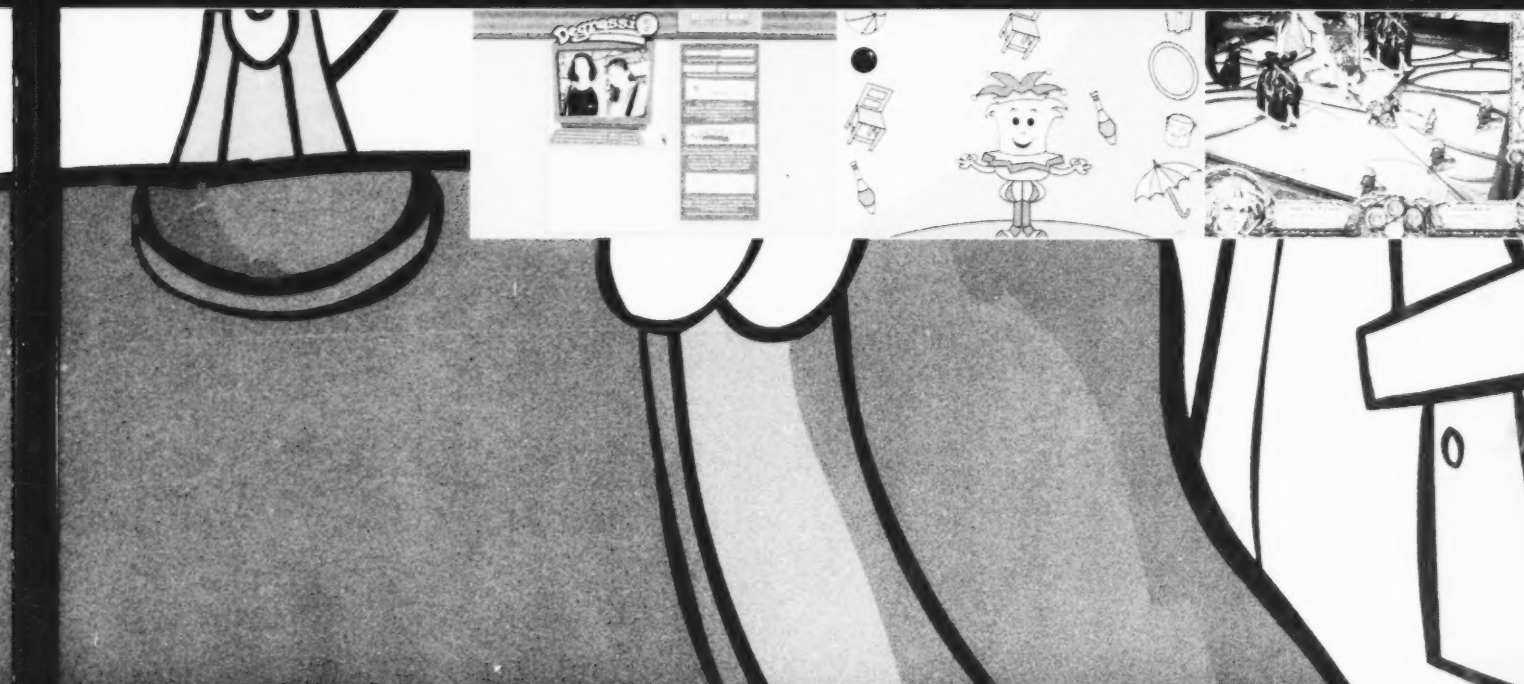
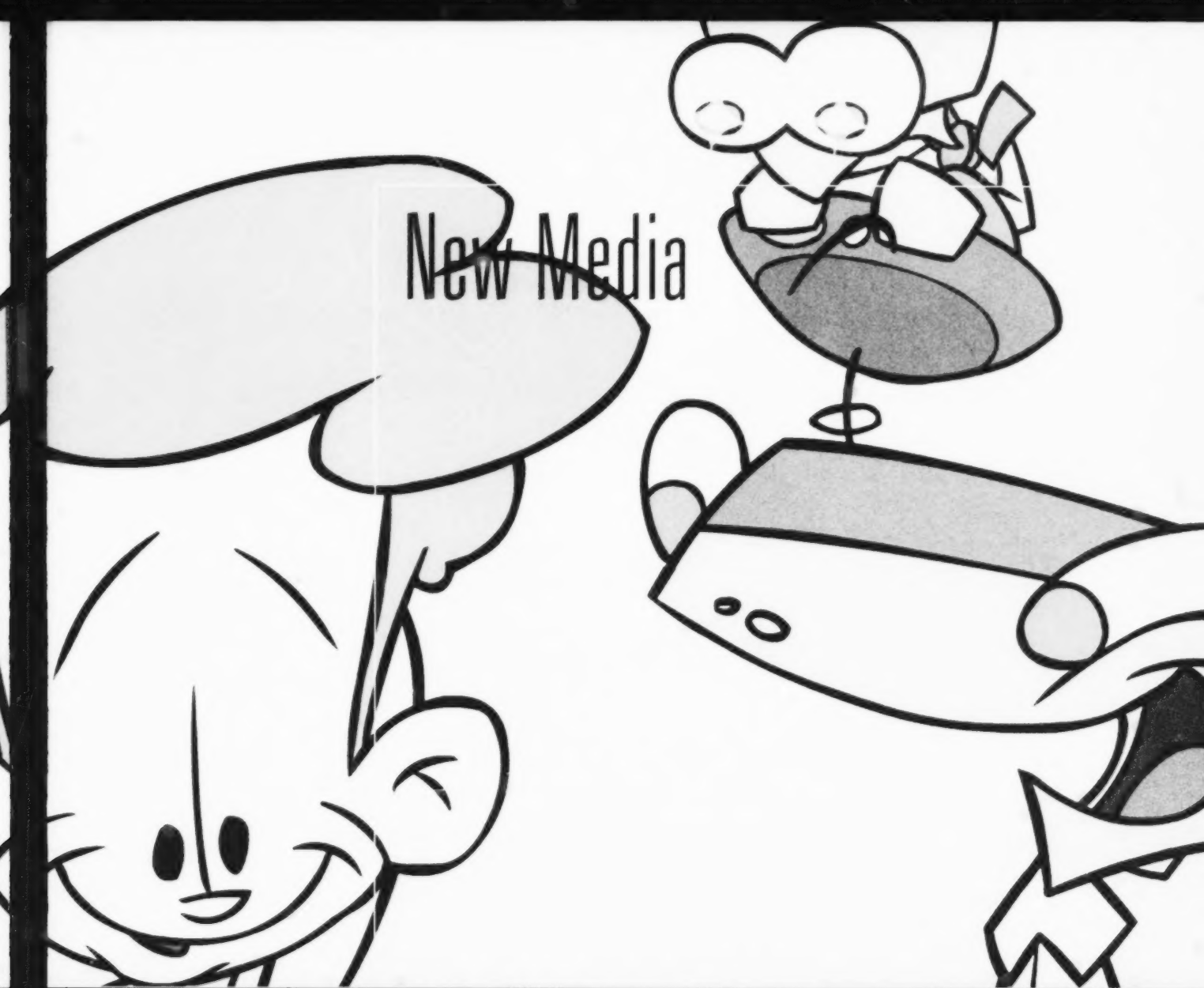
This program encourages recognized screenwriters to pursue their careers and facilitates the emergence of a new generation of storytellers. In 2001-02, the Program's eligibility criteria were expanded to include creators having writing credits for short dramas or point-of-view documentaries.

The year's results are very positive: 146 feature film projects were accepted, including 104 for the treatment stage and 42 for the first draft stage. The projects were selected by two juries composed of screenwriters, directors and distributors, one English-speaking, the other French-speaking. The Corporation's maximum contribution is \$10,500 for stage one and \$14,500 for stage two. For the year, the average per project was \$13,000.

The regional breakdown is as follows: Quebec 46%, Ontario 37%, Western region 15% and Atlantic region 2%. In terms of language, the breakdown indicates that 64% of the resources went to projects in English and 36% to projects in French. The coming year should be fruitful, since the eligibility criteria have been expanded to include professional playwrights, making the program accessible to screenwriters from every cultural horizon.



New Media



Canada New Media Fund

Projects contracted

	Number of Projects	Budgets In thousands of dollars	Telefilm Canada Participation ¹ In thousands of dollars
Product Assistance			
Pre-development			
French	7	444	156
English	6	315	201
Subtotal	13	759	356
Development			
French	5	780	301
English	22	2,743	946
Subtotal	27	3,524	1,248
Production			
French	9	5,600	1,586
English	20	12,494	3,711
Subtotal	29	18,094	5,297
Marketing			
French	11	1,678	759
English	17	2,906	1,329
Subtotal	28	4,584	2,088
Subtotal - Product Assistance	97	26,961	8,990
Distribution Assistance			
Marketing			
French	—	—	—
English	1	137	66
Subtotal - Distribution Assistance	1	137	66
Sectoral Assistance			
Sectoral development	6	6,847	147
Training schools	2	2,218	275
Canadian festivals and markets	1	46	10
Participation in foreign markets	—	—	565
Publicity, promotion and publications	—	—	41
Subtotal - Sectoral Assistance	9	9,110	1,038
Total	107	36,208	10,094

1. Includes amendments to previous year commitments.

A regional breakdown table is available on the Telefilm Canada website (www.telefilm.gc.ca).

Canada New Media Fund

The advent of the Canada New Media Fund (CNMF), which replaced the Multimedia Fund in December 2001, has enabled Telefilm Canada to diversify and consolidate its support for this fast-growing sector. With annual resources that have climbed from \$6 million to \$9 million, the Canada New Media Fund now backs the entire range of industry activities, from creation to domestic and foreign user-base building. To better align creation and distribution efforts, the marketing focus has been reinforced from beginning to end of the new media product life cycle.



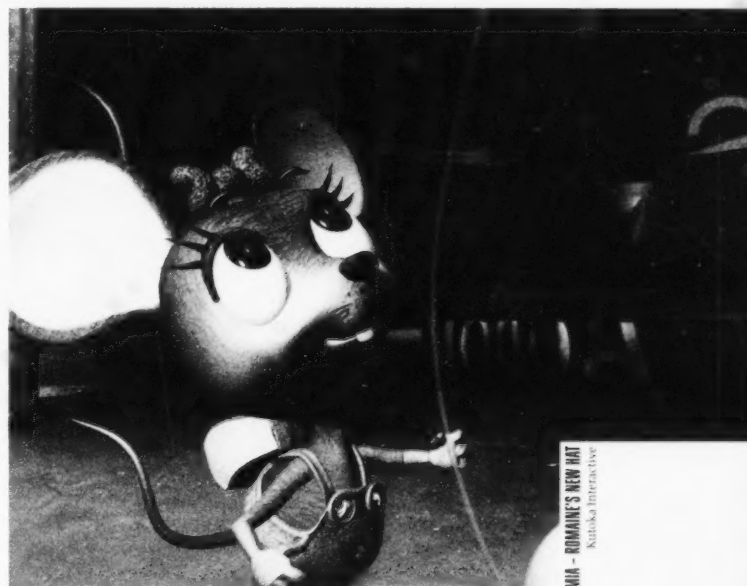
The aim of the Fund is to ensure a strong Canadian presence in the new creation and distribution technologies. In 2001-02, it assisted 107 pre-development, development, production, marketing, online distribution and sectoral development projects, compared to 65 the year before.

Besides the additional resources, several other factors contributed to the upsurge in CNMF applications and augur well for the future: new financial tools (loans, which were constraining for a developing industry, have been replaced by advances repayable from revenues); expanded product eligibility, including products for high-speed and wireless distribution; and the introduction of fixed application deadlines to facilitate industry planning.

Product Assistance

During the year, the CNMF, through the Product Assistance component, encouraged the pre-development, development, production and marketing of original, high-quality new media products that have good commercial potential, come from small and medium-sized companies and reflect the linguistic duality and cultural diversity of Canadian society. These projects cover a wide range of activity: documentaries, reference documents, products for children and youth, and games of all sorts. The favoured platforms include CD-ROMs, DVD-ROMs, websites (often linked to television programs), multimedia installations, products for wireless phone delivery and game consoles.

The CNMF supported 97 projects through this component, compared to 61 the previous year. For the first time, new media support included the pre-development phase, which covers feasibility studies, market assessment, surveys and focus groups, demo production, development of preliminary marketing strategies and other activities. Some 13 projects received support for this phase, while 27 others were assisted in the actual development phase.



In production, Telefilm's contribution shot up by 350%, from \$1.5 million to \$5.3 million, and the number of projects rose from 16 to 29. It bears noting that the average production budget, which was \$360,000 in 2000-01, exceeded \$620,000 this year, illustrating the industry's capacity to develop more ambitious projects with the support of private and public financial partners.

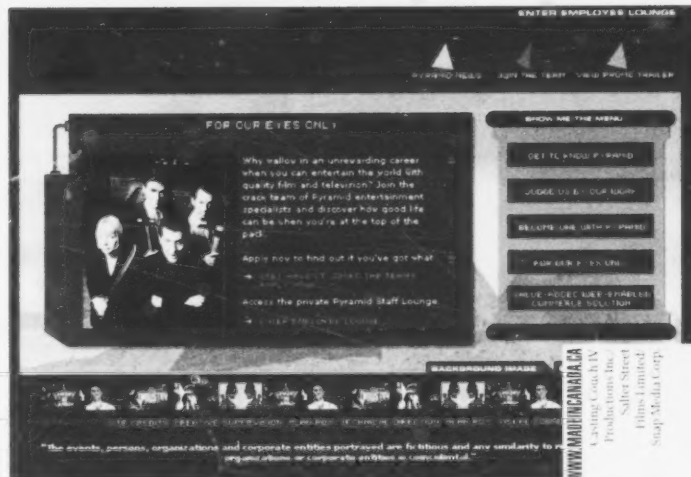
Analysis of the production financing shows that the Fund provided 30% of the budgets; the private sector (producers, distributors, crews, services), 47%; private assistance funds, 12%; federal and provincial tax credits, 6%; broadcasters, 2%; other provincial agencies, 2%; and foreign participants, 1%.

Marketing activities also saw notable growth: the number of projects more than tripled, and the Corporation's contribution rose from \$1.5 million to \$2.1 million, an increase of 40%. The average project budget remained about the same, at some \$160,000 per project. Funding applications for marketing are expected to increase in the coming years, since many new media projects currently in development or production will be completed and ready to conquer new consumers around the world.

The CNMF allocated 69% of this component's resources to projects in English and 31% to projects in French. Montréal and Vancouver have been Canada's leading new media centres for some time, but the Toronto industry also demonstrated remarkable vitality this year.



UPTOWN SPACE
FTI Entertainment
Technologies Inc.



Online Distribution Assistance Sectoral Assistance

The Distribution Assistance component primarily supports online publishers to bolster the presence and profile of existing new media products on the Internet. A single project was financed for this purpose in 2001-02: *Tyndal Stone Releasing Marketing Program*, a distribution tool out of Vancouver for edutainment products. Telefilm will promote this component more vigorously to ensure that it effectively enhances the distribution of Canada's new media cultural heritage.

Sectoral Assistance support encourages promotion as well as professional and industrial development at home and abroad. The CNMF funded events and activities such as INIS's multimedia training program, the annual Alliance NumériQC conference, the Digifest festival and the Canadian New Media Awards in Toronto, the New Media Institute of the Banff Centre for the Arts and the New Media 2002 section of the Victoria Film Festival. The Corporation also helped finance the Baddeck International New Media Festival in Cape Breton and sponsored one of the most coveted new media awards, which includes a \$5,000 cash prize. The winner was *The Plickey and Muto Series* by Edgar Beals, produced by Eds Head Animation of Halifax.

Telefilm actively supported the international development of Canadian new media companies at MILIA in Cannes, E1 in Los Angeles and the ECTS in London. In addition to promoting Canada's industry and products with ads, brochures and other means, the Corporation acted as an international consultant for the small and medium-sized businesses sharing its umbrella stand. A number of private and public-sector agencies joined forces with Telefilm this year to provide the industry with enhanced services and greater visibility in a highly competitive environment.

Financial Statements

--	--	--	--

Management Report

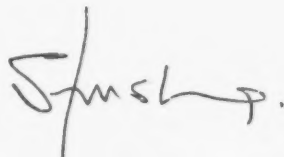
The financial statements of the Canadian Film Development Corporation are the responsibility of management and have been approved by the Board of Directors of the Corporation. The financial statements have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles and, where appropriate, include estimates based on the experience and judgment of management. Management is also responsible for all other information in the annual report and for ensuring that this information is consistent with the financial statements.

Management maintains books of account, financial and management control, and information systems, together with management practices designed to provide reasonable assurance that reliable and relevant information is available on a timely basis, that assets are safeguarded and controlled, that resources are managed economically and efficiently in the attainment of corporate objectives, and that operations are carried out effectively. These systems and practices are also designed to provide reasonable assurance that transactions are in accordance

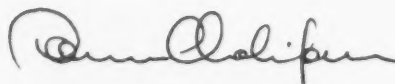
with the *Financial Administration Act* and its regulations, the *Canadian Film Development Corporation Act*, and the by-laws and policies of the Corporation.

The Board of Directors is responsible for ensuring that management fulfils its responsibilities for financial reporting as stated above. The Board exercises its responsibilities through the Audit and Finance Committee, which consists of directors who are not officers of the Corporation. The Committee reviews the quarterly financial statements, as well as the annual financial statements and related reports; the Committee meets with the external auditors annually and may make recommendations to the Board of Directors with respect to these and/or related matters.

The external auditor, the Auditor General of Canada, conducts an independent examination of the financial statements, and reports to the Corporation and to the designated Minister of Canadian Heritage.



Executive Director
Richard Stursberg



Director - Finance and Administration
Danny Chalifour

Montréal, Canada
June 7, 2002

Auditor's Report

To the Minister of Canadian Heritage

I have audited the balance sheet of the Canadian Film Development Corporation as at March 31, 2002, and the statements of operations and equity of Canada and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Corporation's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made

by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Corporation as at March 31, 2002 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. As required by the *Canadian Film Development Corporation Act*, I report that, in my opinion, these principles have been applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Further, in my opinion, proper books of account have been kept by the Corporation and the financial statements are in agreement therewith and the transactions of the Corporation that have come to my notice during my audit of the financial statements have, in all significant respects, been in accordance with the *Canadian Film Development Corporation Act* and the by-laws of the Corporation.



Richard Flageole, FCA
Assistant Auditor General
for the Auditor General of Canada

Ottawa, Canada
June 7, 2002

Balance Sheet

As at March 31, 2004

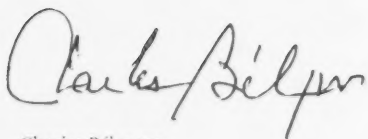
Assets

Current assets

Receivable from Canada	—	37,308
Contributions receivable from the Department of Canadian Heritage	37,183	4,490
Loans (note 3)	2,007	1,601
Accounts receivable	16,722	12,930
Prepaid expenses	963	866
	56,875	57,195
Accounts receivable	409	2,049
Loans (note 3)	245	2,062
Investments	109	109
Capital assets (note 4)	5,664	4,322
	63,302	65,737

See accompanying notes to financial statements.

Approved by the Board:

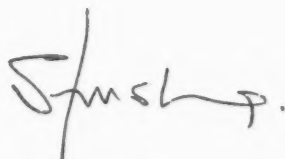


Charles Bélanger
Chair

	2002 In thousands of dollars	2001 In thousands of dollars
Liabilities and Equity of Canada		
Current liabilities		
Payable to Canada	10,183	
Accounts payable and accrued liabilities	6,762	22,664
	16,945	22,664
Long-term liabilities		
Provision for employees' future benefits	601	518
Deferred lease inducements	1,231	1,069
Deferred capital funding (note 5)	5,664	4,322
Obligation under operating lease	—	498
	7,496	6,407
Equity of Canada	38,861	36,666
Commitments (note 10)		
Contingencies (note 12)		
	63,302	65,737

See accompanying notes to financial statements.

Approved by Management:



Richard Stursberg
Executive Director

Statement of Operations and Equity of Canada

Year ended March 31, 2002

	Canadian Television Fund (in thousands of dollars)	Canada Feature Film Fund (in thousands of dollars)	Canada New Media Fund (in thousands of dollars)	Other funds (in thousands of dollars)	2002 Total (in thousands of dollars)	2001 Total (in thousands of dollars)
Assistance expenses						
Production and development						
Production	98,427	33,725	2,435	817	135,404	118,701
Development	4,485	3,608	1,541	371	10,005	8,668
Low budget independent feature film assistance	—	2,246	—	—	2,246	935
Screenwriting assistance	—	1,745	—	—	1,745	449
Official coproductions	—	946	—	483	1,429	1,400
	102,912	42,270	3,976	1,671	150,829	130,153
Distribution and marketing						
Distribution & marketing	—	11,517	780	599	12,896	14,158
Alternative distribution channels	—	411	—	—	411	—
	—	11,928	780	599	13,307	14,158
Versioning and subtitling	—	454	—	1,402	1,856	1,255
Complementary activities						
Grants to professional training schools	—	—	306	2,660	2,966	2,470
Grants to Canadian festivals	—	2,136	99	320	2,555	2,259
Industrial and professional development	—	—	—	1,114	1,114	2,337
Participation in foreign markets	—	37	471	590	1,098	1,018
Participation in foreign festivals	—	527	—	—	527	512
Advertising, promotion and publications	—	234	41	226	501	540
Other	—	388	40	184	612	449
	—	3,322	957	5,094	9,373	9,585
	102,912	57,974	5,713	8,766	175,365	155,151
Recoveries on investments	(10,948)	(7,065)	(301)	(1,392)	(19,706)	(24,320)
Net amount	91,964	50,909	5,412	7,374	155,659	130,831
Operating expenses (note 8)					20,381	16,773
Cost of operations for the year					176,040	147,604
Revenue						
Interest on loans					(24)	(36)
Other interest					(258)	(1,227)
Management fees					(3)	(5)
Other contribution (note 7)					(8,448)	(2,850)
					(8,733)	(4,118)
Net cost of operations for the year before government assistance					167,307	143,486
Government assistance						
Parliamentary appropriation for operations					103,598	90,015
Contribution from the Department of Canadian Heritage (note 6)					64,975	57,350
Amortization of deferred capital funding (note 5)					929	501
					169,502	147,866
Net profit from operations					2,195	4,380
Equity of Canada at the beginning					36,666	32,286
Equity of Canada at the end					38,861	36,666

See accompanying notes to financial statements.

Cash Flow Statement

Year ended March 31, 2002

	2002 In thousands of dollars	2001 In thousands of dollars
Operating activities		
Net profit from operations	2,195	4,380
Adjustments for		
Decrease (increase) in long-term accounts receivable	1,640	(2,049)
Increase (decrease) in the allowance for loan impairment	(684)	4,534
Conversion of loans not previously provisionned	855	—
Write-off of loans not previously provisionned	82	—
Amortization of capital assets	870	438
Loss on disposal of capital assets	46	63
Increase in the provision for employees' future benefits	83	78
Increase in deferred lease inducements	162	190
Amortization of deferred capital funding	(929)	(501)
Decrease of obligation under operating lease	(498)	(498)
	3,822	6,635
Variations in non working capital cash items:		
Increase in contributions receivable from the Department of Canadian Heritage	(32,693)	(4,490)
Increase in accounts receivable	(3,792)	(8,840)
Increase in prepaid expenses	(97)	(326)
Increase (decrease) in accounts payable and accrued liabilities	(15,902)	15,325
	(48,662)	8,304
Financing activities		
Parliamentary appropriation for capital funding	2,271	2,710
Investing activities		
Loans	(281)	(3,956)
Repayments of loans	1,439	1,506
Acquisition of capital assets	(2,271)	(2,710)
Proceeds from disposal of capital assets	13	—
	(1,100)	(5,160)
Increase (decrease) in liquidity	(47,491)	5,854
Receivable from Canada at the beginning	37,308	31,454
Receivable from (Payable to) Canada at the end	(10,183)	37,308

See accompanying notes to financial statements.

Notes to Financial Statements

1. Authority and activities

The Corporation was established in 1967 by the *Canadian Film Development Corporation Act* with the objective of fostering and promoting the development of a feature film industry in Canada. The Corporation has since been charged with the administration of the Canadian Broadcast Program Development Fund (Television Fund) established on July 1, 1983 within the framework of the Broadcasting Strategy for Canada as well as with the management of various new programs established under the National Film and Video Policy of May 1984. The Act was amended in June 1994 to grant the Corporation the authority to guarantee loans.

In September 1996, the Minister of Canadian Heritage created the Canadian Television Fund (CTF). Created to foster a partnership between the government and the industry, this new fund brings together the Corporation's television fund and the cable distributors production fund. Two financial assistance programs constitute the CTF: the Equity Investment Program and the License Fee Program. The Corporation was given responsibility for the management of the Equity Investment Program.

In July 1997, the Corporation was given responsibility for the administration of the funding program in support of pre-professional development and in July 1998, the management of the Canada New Media Fund.

The Corporation is a Crown corporation subject inter alia to the provisions of Part VIII of the *Financial Administration Act* as it read before its repeal in 1984 and as if it continued to be named in Schedule C of the Act.

2. Significant accounting policies

a) Financing sources of the Corporation

The Corporation obtains its funds mainly from the Government of Canada by means of the parliamentary appropriation and the contributions from the Department of Canadian Heritage. The portion of the parliamentary appropriation used to finance the acquisition of depreciable capital assets is recorded as deferred capital funding on the balance sheet and amortized on the same basis as the related capital assets. The other portion of the parliamentary appropriation and the contributions from the Department of Canada Heritage are recorded on the Statement of Operations and Equity of Canada.

b) Amount receivable from Canada or payable to Canada

The financial operations of the Corporation are processed through the Consolidated Revenue Fund of Canada, thus the absence of bank accounts. For the purposes of the financial statements, the result of financial operations appears on the balance sheet as an amount receivable from Canada or payable to Canada.

c) Investments and allowance for losses

Investments include all forms of assistance granted for feature films, Canadian programming and new media, excluding loans. Investments are accounted for as follows:

- Investments granted in return for a share in operating revenues and accompanied by pre-established obligations to reimburse on a term generally not exceeding three years are shown on the balance sheet at their face value, less an allowance for losses. The allowance for losses is determined by examining each investment and is charged to operations as assistance expenses.
- Investments granted in return for a share in operating revenues, other than those accompanied by pre-established obligations to reimburse, as well as non-recoverable investments are charged to operations as assistance expenses. These expenses are charged to operations in the year in which the funds are paid or have become payable.
- Recoveries on investments, other than those recognized on the balance sheet, are credited to operations as a reduction of assistance expenses in the year in which the funds are received or have become receivable.

d) **Loans and allowance for losses**

The Corporation grants loans for the financing of Canadian programming, feature films and new media. Loans are shown on the balance sheet at the principal amount increased by accrued interest receivable, net of an allowance for impairment. The allowance for losses is charged to operations as assistance expenses.

A loan is considered impaired as a result of deterioration in credit quality to the extent that the Corporation no longer has reasonable assurance that the full amount of principal and interest will be collected in accordance with the terms of the loan agreement.

The allowance for credit losses includes specific and general allowances.

Specific allowances are established for each impaired loan. The evaluation is based on the receivables taken as security and the borrower's financial situation. The carrying amount of an impaired loan is reduced to its estimated realizable value by discounting the expected future cash flows at the effective interest rate inherent in the loan.

The general allowance represents the best estimate of probable impairment attributable to the deterioration of credit quality in the remaining portfolio for which specific allowances cannot yet be determined. The amount is estimated on previous losses and management's assessment of trends in the credit quality of the loan portfolio.

e) **Interest revenue**

Interest on loans is recorded as income on an accrual basis except for loans that are considered impaired. When a loan becomes impaired, recognition of interest in accordance with the terms of the original loan agreement ceases.

f) **Other interest revenue**

Other interest revenue is recognized on an accrual basis and represents the amounts charged on all amounts, other than loans, due to the Corporation, less an allowance for losses. This allowance for losses is determined by examining each amount.

g) **Capital assets**

Capital assets are recorded at cost. Amortization is provided using the following methods and annual rates:

Asset	Basis	Rate
Computer installations	Diminishing balance	20%
Software	Straight line	5 years
Furniture and equipment	Diminishing balance	20%
Leasehold improvements	Straight line	Terms of the leases

h) **Employee future benefits**

Pension benefits

Employees participate in the Public Service Superannuation Plan administered by the Government of Canada. The Corporation's contribution to the plan reflects the full cost of the employer contributions. This amount is currently based on a multiple of the employee's required contributions, and may change from time to time depending on the experience of the Plan. These contributions represents the total pension obligations of the Corporation and are charged to operations on a current basis. The Corporation is not currently required to make contributions with respect to actuarial deficiencies of the Public Service Superannuation Account.

Non-pension benefits

The Corporation is required to recognize certain non-pension post-employment benefits over the periods which employees render services to the Corporation. Employees are entitled to specified benefits on termination as provided for under conditions of employment, through a severance benefit plan. The Corporation recognizes the cost of future severance benefits over the periods in which the employees render services to the entity and the liability for these benefits is recorded in the accounts as the benefits accrue to employees.

i) Measurement uncertainty

The preparation of financial statements in accordance with generally accepted accounting principles requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities at the date of financial statements and the reported amounts of revenues and expenses during the reporting period. The allowance for losses on impaired loans, employee future benefits and contingencies are the most significant items where estimates are used. Actual results could differ from those estimates.

3. Loans and allowance for losses

Loans with a carrying value of \$2,711,806 (\$10,117,350 in 2001) granted for production and marketing projects in the Multimedia Fund are interest free loans. Generally these loans are repayable in twelve consecutive equal monthly instalments beginning twelve to twenty-four months after the agreed completion date of the project. For other loans, interest charged does not exceed the prime rate plus 2 percent. The loans have a term generally not exceeding three years.

As at March 31, the loans are detailed as follows:

	Amount in thousands of dollars	Allowance for losses in thousands of dollars	2002 Net amount in thousands of dollars	2001 Net amount in thousands of dollars
Loans	2,252	—	2,252	3,663
Impaired loans	2,149	2,149	—	—
	4,401	2,149	2,252	3,663
Less current portion	3,761	1,754	2,007	1,601
Long-term portion	640	395	245	2,062

The allowance for losses is detailed as follows:

	2002 in thousands of dollars	2001 in thousands of dollars
Balance at beginning	8,695	4,161
Conversion of loans	(4,547)	—
Write-offs	(1,315)	—
Recoveries	(285)	(7)
Allowance	(399)	4,541
Balance at end	2,149	8,695

4. Capital assets

	Cost in thousands of dollars	Accumulated Amortization in thousands of dollars	2002 Net value in thousands of dollars	2001 Net value in thousands of dollars
Leasehold improvements	1,499	695	804	868
Software	4,990	555	4,435	1,095
Computer installations	1,394	1,080	314	392
Furniture and equipment	1,098	987	111	139
Work in progress	—	—	—	1,828
	8,981	3,317	5,664	4,322

5. Deferred capital funding

The amount presented on the balance sheet is as follows:

	2002 In thousands of dollars	2001 In thousands of dollars
Balance at beginning	4,322	2,113
Parliamentary appropriation for capital funding	2,271	2,710
Amortization of deferred capital funding	(929)	(501)
Balance at end	5,664	4,322

6. Contributions from the Department of Canadian Heritage

The contributions from the Department of Canadian Heritage are as follows:

	2002 In thousands of dollars	2001 In thousands of dollars
Canadian Television Fund – Equity Investment Program	56,175	49,775
Multimedia	6,000	4,975
Pre Professional Development	2,800	2,600
	64,975	57,350

7. Other contribution

The Corporation received a contribution of \$8,448,000 (\$2,850,000 in 2001) from the Canadian Television Fund – License Fee Program, for the financing of Canadian television programming.

8. Operating expenses

	2002 In thousands of dollars	2001 In thousands of dollars
Salaries and employees benefits	11,287	9,649
Professional services	3,031	1,877
Office expenses	1,860	1,460
Rent, taxes, heating and electricity	1,378	1,465
Travel	1,189	881
Amortization	870	438
Advertising and publications	283	160
Telecommunications	273	213
Hospitality	95	99
Relocation	69	68
Loss on assets disposal	46	63
Sub-total	20,381	16,373
Expenses from the Canadian Television Fund Board	–	400
Total	20,381	16,773

9. Employee future benefits

Pension benefit

During the year the Public Service Superannuation Plan (PSSA) required the Corporation to contribute to the PSSA and to the Retirement Compensation Arrangement. Contributions during the year were as follows:

	2002 in thousands of dollars	2001 in thousands of dollars
Corporation	1,025	945
Employees	420	366

Non pension benefits

These benefit plans are not pre-funded and thus have no assets. The accrued benefit liability recognized in the balance sheet at March 31, 2002 respecting these benefit plans is \$854,298 (\$618,000 in 2001).

The net expense for the Corporation's non-pension benefit plans for the year ended March 31, 2002 is \$400,358 (\$150,471 in 2001).

10. Commitments

a) Projects

As at March 31, 2002, the Corporation is committed contractually to advance funds as loans and investments:

	Corporation in thousands of dollars	Department in thousands of dollars	Total in thousands of dollars
Canadian Television Fund – Equity Investment Program	16,334	13,217	29,551
Other programs	16,433	6,379	22,812
	32,767	19,596	52,363

Under the production revenue sharing program and the Canada Feature Film Fund performance based production assistance program, the Corporation has reserved funds totalling \$14,698,998 as at March 31, 2002 for the financing of projects yet to be submitted under certain conditions.

b) Leases

The Corporation has entered into long term leases for the rental of office space and equipment used in its operations. The aggregate minimum annual rentals payable during subsequent years are as follows:

	Total in thousands of dollars
2003	2,918
2004	1,454
2005	1,142
2006	965
2007	963
2008 – 2015	4,972
	12,414

11. Related party transactions

The Corporation is related in terms of common ownership to all Government of Canada created departments, agencies and Crown corporations. The Corporation enters into transactions with these entities in the normal course of business. The transactions are recorded at exchange value.

12. Contingencies

The Corporation guarantees the reimbursement of loans or debts incurred by third parties with financial institutions within the loan guarantee program. The total amount of the Corporation's guarantees cannot exceed, at any time, \$25,000,000. The interest rate cannot exceed the lending institutions' prime rate plus 2 percent, and eligible security must be obtained from the borrower. The guarantees as at March 31, 2002 totalled \$765,975 (2001 - \$920,196). A provision for losses is recorded when management can estimate that a loss is likely to occur.

In the normal course of business, various claims and lawsuits have been brought against the Corporation. In the opinion of management, the losses, if any, which may result from the settlement of the matters are not likely to be material, and accordingly, no provision has been made in the accounts of the Corporation. In the event that such expenses were to occur, they would be charged to expense when determined.

13. Fair value of financial assets and liabilities

The carrying amounts reported for investments, accounts receivable, accounts payable and accrued liabilities approximate their fair value due to the relatively short periods to maturity of the instruments.

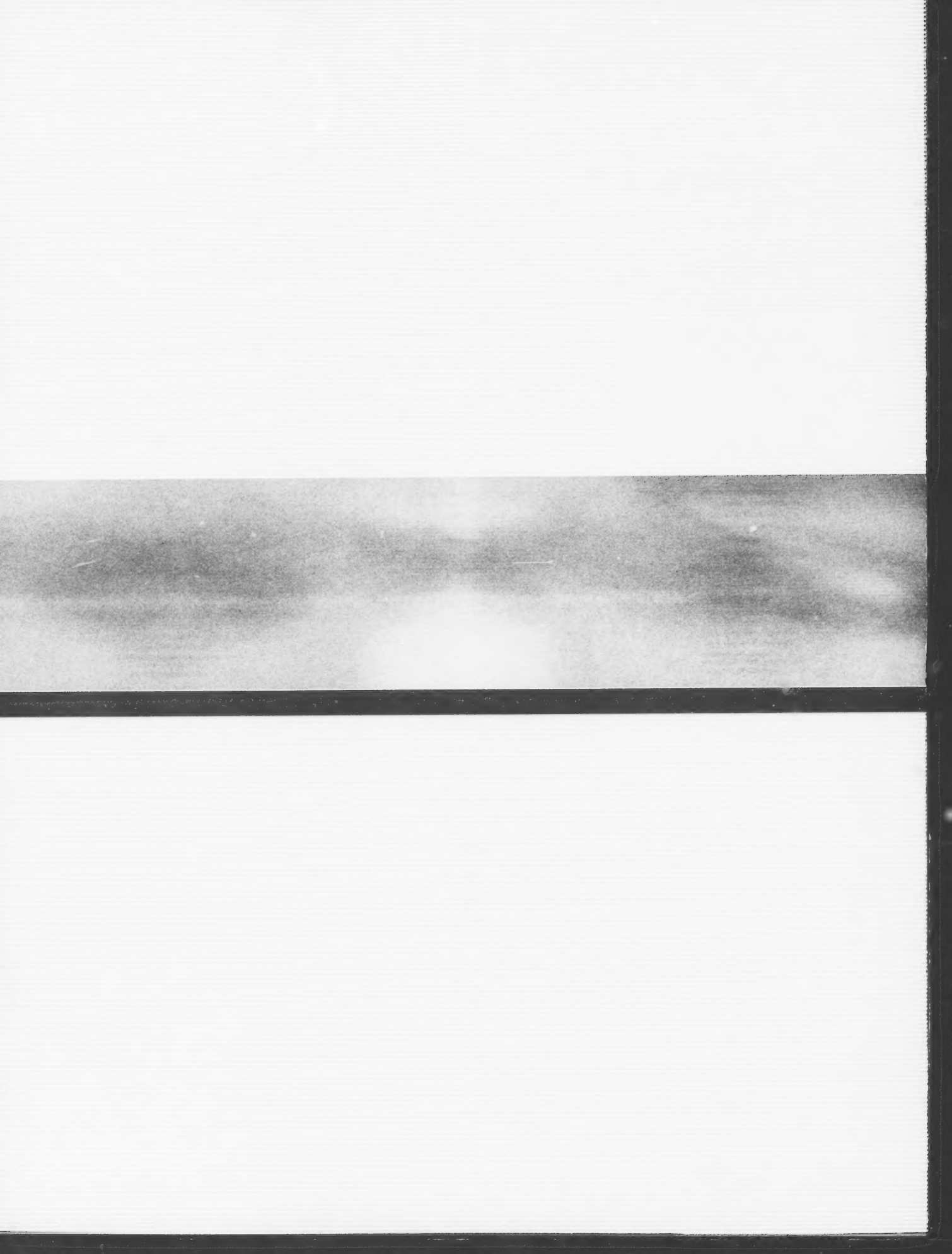
The following table represents the carrying amounts and fair values of the Corporation's other financial instruments:

	2002		2001	
	Carrying amount in thousands of dollars	Fair value in thousands of dollars	Carrying amount in thousands of dollars	Fair value in thousands of dollars
Short term loans	2,007	1,956	1,601	1,572
Long term loans	245	229	2,062	1,796

The fair values of loans have been established by discounting the future contractual cash flows under current loan arrangements, at discount rates equal to the prevailing market rate of interest for financial instruments having substantially the same terms and characteristics.

14. Comparative figures

Some of the 2001 comparative figures have been reclassified to conform with the presentation adopted for 2002.





 **Telefilm Canada**



Rapport annuel 2001-2002



Rapport annuel 2001-2002

Les bureaux de Téléfilm Canada

BUREAUX AU CANADA

Halifax

1684, rue Barrington
3^e étage
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2A2
Téléphone : (902) 426-8425
Télécopieur : (902) 426-4445

Montréal*

360, rue Saint Jacques
Bureau 700
Montréal (Québec)
H2Y 4A9
Téléphone : (514) 283-6363
Télécopieur : (514) 283-8212

* Siège social et bureau du Québec

Toronto

2, rue Bloor Ouest
22^e étage
Toronto (Ontario)
M4W 3E2
Téléphone : (416) 973-6436
Télécopieur : (416) 973-8606

Vancouver

310 - 440, rue Cambie
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 2N5
Téléphone : (604) 666-1566
Télécopieur : (604) 666-7754

www.telefilm.gc.ca

BUREAU EUROPEEN

Paris

5, rue de Constantine
75007 Paris
France
Téléphone : (33-1) 44.18.35.30
Télécopieur : (33-1) 47.05.72.76

TELEFILM CANADA
Ministère
du Patrimoine
et des Arts
Productions Inc.
Le Patrimoine
du Canada
Productions Inc.

TELEFILM CANADA
Société
Film Production Inc.
Productions Inc.
TELEFILM CANADA
Société
Film Production Inc.
Productions Inc.

Ce rapport est publié par la direction - communications
et affaires publiques de Téléfilm Canada avec la participation
de la direction - politiques, planification et recherches.

Pour obtenir des exemplaires additionnels,
veuillez adresser vos demandes comme suit :

Téléfilm Canada

Direction - communications et affaires publiques
360, rue Saint Jacques
Bureau 700
Montréal (Québec)
H2Y 4A9
info@telefilm.gc.ca

Dépot légal

Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada

Conception graphique

Agence Code

Impression

Quebecor World Graphique Couleur



Table des matières

Membres du conseil et direction au 31 mars 2002	4
Lettre à la Ministre	5
Direction et employés cadres au 25 juin 2002	6
Message du président	7
Message du directeur général	9
Engagements 2001-2002	11
D'un océan à l'autre	12
Événements	15
TÉLÉVISION	
Fonds canadien de télévision - Programme de participation au capital	18
LONGS MÉTRAGES	
Fonds du long métrage du Canada	26
NOUVEAUX MÉDIAS	
Fonds des nouveaux médias du Canada	36
ÉTATS FINANCIERS	39

Membres du conseil

au 31 mars 2002



Charles Bélanger
Président
Montréal (Québec)



Jeanine C. Beaubien, O.C.
Vice-présidente
Montréal (Québec)



Bluma Appel
Membre
Toronto (Ontario)



Ronald S. Bremner
Président du comité
de vérification et des finances
Calgary (Alberta)



Louise Pelletier
Membre
Montréal (Québec)



Elvira Sánchez de Malicki
Membre
Etobicoke (Ontario)



Jacques Bensimon
Membre d'office
Commissaire du gouvernement
à la cinématographie
Montréal (Québec)



Richard Stursberg
Directeur général



Danny Chalifour
Directeur – finances et administration



Danielle Dansereau
Directrice – communications
et affaires publiques



Guy DeRepentigny
Directeur – politiques,
planification et recherches



Elizabeth Friesen
Directrice par intérim – opérations canadiennes



Stella Riggi
Directrice – ressources humaines



Johanne St-Arnauld
Directrice – relations internationales

Direction

au 31 mars 2002

Lettre à la Ministre

Montréal, le 25 juin 2002

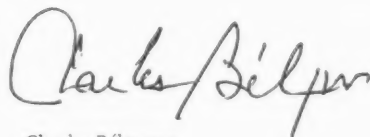
L'honorable Sheila Copps
Ministre du Patrimoine canadien
Ottawa, Canada

Madame la Ministre,

Conformément aux dispositions de l'article 23 de la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne* de 1967, j'ai l'honneur de vous remettre, au nom du conseil d'administration, le 34^e rapport annuel de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (maintenant appelée Téléfilm Canada), ainsi que les états financiers pour l'exercice terminé le 31 mars 2002.

Veuillez agréer, Madame la Ministre, l'assurance de mes meilleurs sentiments.

Le président,



Charles Bélanger

Direction et employés cadres

au 25 juin 2002

Richard Stursberg
Directeur général

Bureau de la région de l'Atlantique

Ralph Molt
Directeur - bureau de la région de l'Atlantique
et responsable des programmes de formation
professionnelle et sectorielle

Bureau du Québec

Michel Pradier
Directeur - bureau du Québec
et responsable secteur - télévision

Louise Deslauriers
Directrice par intérim - unité d'affaires
longs métrages

Jean-Daniel Eigenmann
Directeur par intérim - unité d'affaires
télévision

Bureau de l'Ontario

Karen Franklin
Responsable de l'élaboration et de l'implantation
des standards nationaux

John Galway
Directeur par intérim - bureau de l'Ontario
et responsable secteur - longs métrages

John Fulton
Directeur - unité d'affaires
longs métrages et nouveaux médias

Paul Dollar
Directeur par intérim - unité d'affaires
télévision

Bureau de la région de l'Ouest

Lauren Davis
Directrice par intérim - bureau de la
région de l'Ouest et responsable secteur -
nouveaux médias

John Dippong
Directeur - unité d'affaires
longs métrages

Earl Hong Tai
Directeur par intérim - unité d'affaires
télévision

COMMUNICATIONS ET AFFAIRES PUBLIQUES

Danielle Dansereau
Directrice - communications
et affaires publiques

FINANCES ET ADMINISTRATION

Danny Chalifour
Directeur - finances et administration

Marina Darveau
Contrôleure

Carolle Brabant
Directrice - systèmes, technologies
et gestion des contrats

Shelley Stein-Sacks
Directeur - Programme des entrepreneurs
de la musique

MÉDIAS

Elizabeth Friesen
Directrice - médias

Guy DeRepentigny
Directeur - politiques, planification et recherches
et secrétaire du conseil

RELATIONS INTERNATIONALES

Sheila de La Varenne
Directrice par intérim - relations internationales
et Directrice - bureau européen

RESSOURCES HUMAINES

Stella Riggi
Directrice - ressources humaines

SERVICES JURIDIQUES

Stéphane Odesse
Chef du contentieux et coordonnateur
de l'accès à l'information par intérim

Message du président

En mars 2002, au tout début de mon mandat à titre de président du conseil d'administration de Téléfilm Canada, j'ai été invité par le National Screen Institute FilmExchange à partager ma vision de Téléfilm et de l'industrie canadienne avec les participants du festival et la communauté des affaires d'Edmonton. Cette expérience au cœur du pays m'a permis de mesurer une fois de plus l'importance de Téléfilm et le haut niveau d'attente de ses clients et partenaires.

Au cours de ses 35 ans d'histoire, et en raison même de sa pérennité, Téléfilm a joué un rôle structurel fondamental en misant sur l'excellence et la diversité. Grâce à son appui à l'échelle régionale, nationale et internationale, notre jeune industrie a pu s'organiser et s'investir avec dynamisme et audace, d'abord en cinéma et en télévision, puis dans les nouvelles technologies de création et de diffusion. Avec un taux de croissance annuel de 10 %, cette industrie est l'une des plus performantes au pays, si bien que le public d'ici a plus que jamais accès à un vaste choix d'histoires et d'images qui illustrent ses expériences, ses valeurs et ses aspirations.

Cependant, les industries culturelles restent fragiles et fonctionnent à haut risque en dépit de nombreux succès. Elles sont en majorité composées de PME qui luttent d'année en année pour leur survie. La compétition pour avoir accès aux fonds publics et privés est de plus en plus forte. De plus, le public canadien est restreint, tandis que la production étrangère, pour ne pas dire américaine, exerce une attraction qui ne se dément pas.

Augmenter notre part de marché

Pour consolider des acquis précieux et indiscutables, les industries culturelles canadiennes doivent maintenant augmenter leur part de marché, tant ici qu'à l'étranger. C'est l'une des clés de leur solidité, de leur autonomie et, pour tout dire, de leur avenir. Il reste cependant beaucoup à faire pour que nos créateurs occupent véritablement leur territoire et aient leur juste place dans le cœur des Canadiens : c'est à cette tâche que l'équipe de Téléfilm s'emploiera au cours des prochaines années, et elle bénéficiera à cet effet de l'entière collaboration du conseil d'administration de la Société.

Téléfilm travaillera de façon créative et cohérente, avec un souci d'équilibre et d'équité, en restant constamment à l'écoute de ses partenaires, dans toutes les régions du pays, et en privilégiant une vision à longue échéance. Il y aura des embûches et des difficultés, mais les chances de réussite seront décuplées si elles sont portées par une synergie des efforts consentis.

Favoriser une approche cohérente et convergente

Nous vivons dans un univers de changement à haute vitesse et d'une complexité croissante. C'est dans ce contexte que le portefeuille du Patrimoine canadien, incluant le ministère du Patrimoine canadien, Téléfilm et les autres organismes du portefeuille, ont mis sur pied des instances qui favorisent une approche intégrée des problématiques culturelles. Cette approche doit permettre de bien saisir les enjeux qui débordent largement le cadre d'intervention de chacun des partenaires. Les solutions cohérentes et convergentes, dans le respect des mandats de chacun, sont les plus prometteuses.



Charles Bélanger

À cet effet, je veux notamment saluer le Partenariat inter-ministériel des communautés de langue officielle (PICLO), dont Téléfilm est un membre actif, qui encourage les francophones de l'Acadie, de l'Ontario et de l'Ouest à contribuer de façon significative à notre culture. Du développement des projets à la formation et à la promotion, le PICLO s'avère un allié important des créateurs et des producteurs qui veulent illustrer les réalités de leur communauté.

Refléter la diversité culturelle canadienne

Le reflet de la diversité culturelle de notre pays est un enjeu important. La Charte des droits et libertés et la politique du multiculturalisme donnent à tous les Canadiens la même dignité et un droit fondamental à la libre expression. Or, malgré l'apport inestimable de cinéastes comme Mina Shum, Clement Virgo et Deepa Mehta, entre autres, nos écrans reflètent bien peu la richesse multiculturelle de notre pays.

Au cours de la dernière année, Téléfilm a fait de réels efforts pour se rapprocher des communautés ethniques. Ainsi, le programme Le Canada à l'affiche appuie maintenant des festivals et des événements dont la programmation met en valeur le pluralisme canadien et facilite le dialogue entre tous les Canadiens. Cependant, une meilleure cohésion des efforts est nécessaire à l'échelle fédérale pour maximiser l'impact des ressources financières et des programmes existants. Téléfilm compte travailler, entre autres, avec le ministère du Patrimoine canadien, Radio-Canada, l'Office national du film du Canada et le Conseil des arts du Canada afin de promouvoir la participation équitable de Canadiens d'origines diverses à l'univers audiovisuel. Il nous faudra éliminer le plus possible les obstacles auxquels ils sont confrontés en les aidant à se doter d'un plan d'action et d'objectifs mesurables, en les encourageant à viser une formation adéquate et à développer des liens d'affaires durables.

Au nom du conseil d'administration

L'industrie canadienne a connu de grands succès en 2001-2002, au pays comme à l'étranger. Sa participation aux festivals et aux marchés internationaux a atteint des records, et plus d'une centaine de coproductions ont vu le jour – dont *Spider* de David Cronenberg et *Les Fils de Marie* de Carole Laure qui ont été à l'affiche du Festival du film de Cannes 2002 –, confirmant que les producteurs canadiens sont tenus en haute estime par leurs homologues étrangers.

En ce qui concerne le conseil d'administration de la Société, je veux souligner que le gouvernement a accordé un nouveau mandat de cinq ans à Mesdames Jeanine C. Beaubien et Louise Pelletier. Je les en félicite.

Je tiens à remercier François Macerola, qui a été président de Téléfilm de juillet 2001 à février 2002, après avoir assumé la direction de l'organisme pendant six ans. À la demande du ministère du Patrimoine canadien, M. Macerola préside la révision de la notion de contenu canadien qui est à la base même du système d'aide à l'industrie depuis une trentaine d'années. Il va sans dire que Téléfilm contribue à cet exercice important.

Félicitations à Richard Stursberg et à son équipe pour ce qu'ils ont accompli au cours des derniers mois. Le conseil d'administration et la direction de Téléfilm Canada travaillent de concert pour que la Société soit une référence de premier plan en matière de programmes culturels et de services à l'industrie.



Charles Bélanger

Message du directeur général

C'est avec beaucoup d'enthousiasme que j'ai entrepris mes fonctions de directeur général de Téléfilm Canada en janvier 2002. Un organisme public d'une telle envergure a une influence réelle sur la vie culturelle de ce pays en encourageant la création et la diffusion d'un large éventail de produits de qualité auxquels les Canadiens ont accès dans une multitude de médias, partout au pays.

Comment qualifier l'exercice 2001-2002 ? Sans doute comme une année de transition, mais aussi, à plusieurs points de vue, comme une année de consolidation.

Cet exercice a été marqué, entre autres, par l'entrée en vigueur du Fonds du long métrage du Canada qui double les ressources consacrées au cinéma canadien et vise un appui global à ce secteur d'activité, du scénario à l'écran; par une augmentation et une diversification de l'aide aux nouvelles technologies de création et de distribution dans le cadre du Fonds des nouveaux médias du Canada; et par la création du Programme des entrepreneurs de la musique qui élargit le champ des industries culturelles que dessert Téléfilm. Ce programme, qui fait partie du Fonds de la musique du Canada, est axé exclusivement sur les entreprises, c'est-à-dire – pour la première fois dans l'histoire de la Société –, sur le développement et la réalisation de plans d'affaires.

Téléfilm adapte constamment ses politiques et ses stratégies aux besoins de l'industrie et à l'évolution de l'environnement audiovisuel. C'est dans cette optique que la Société a commandé à une firme extérieure, à l'automne 2001, la réalisation d'un sondage visant à évaluer la qualité de ses services et le degré de satisfaction de ses clients à l'échelle nationale. Téléfilm a également donné la parole à une centaine de clients et de partenaires, en décembre 2001, en les réunissant pour un sommet de trois jours sur *Les défis de demain*.

Fort des résultats du sommet et du sondage, j'ai pu me consacrer, dès le début de mon mandat, à deux problématiques précises : établir une priorité parmi les grands objectifs de Téléfilm et définir les pistes d'amélioration de nos services à l'industrie.

Le message que nous avait lancé l'industrie, résumé succinctement, était le suivant : Téléfilm est un organisme important, essentiel même, mais qui pourrait faire « mieux et plus vite ». Manifestement, on exige de Téléfilm une vision, des processus et des services à la mesure de sa capacité d'action et de son budget, lequel dépasse maintenant 230 millions de dollars par année.

Un objectif central : rejoindre les auditoires

Nous avons donc défini une nouvelle vision d'affaires, centrée autour d'un objectif clair et mesurable : l'augmentation des auditoires des produits culturels canadiens. Cet objectif est inclusif puisqu'il assure qu'on prenne en compte, sous l'angle de la performance, toute la chaîne des activités de l'industrie. Les investissements publics doivent se traduire par une production abondante, diversifiée et de qualité, mais aussi par une production qui a la faveur des Canadiens, l'acte de création prenant tout son sens dans la rencontre d'une œuvre et d'un public.

Ainsi, du côté des nouveaux médias, les nouvelles ressources financières sont consacrées en bonne partie au marketing et à la notoriété des produits canadiens. Et notre appui aux entrepreneurs de la musique a pour objectif de renforcer ce secteur d'activité, de la création aux auditoires, en tenant compte des ventes nationales et mondiales des entreprises établies et en émergence.



Pour le long métrage, l'objectif est d'atteindre 5 % des recettes-guichet au pays d'ici 2006, la moyenne actuelle s'élevant à moins de 2 %. D'autres pays nous ont montré la voie ces dernières années : en Allemagne, les recettes-guichets des produits nationaux se sont haussées à 13 %; en Grande-Bretagne, à 20 % et en France, à plus de 40 % du marché.

La tâche n'est pas mince, même si les ressources financières ont doublé. Notre objectif exige que, d'ici 2006, la part de marché des films en français passe de 9 % à 12 %, et celle des films en anglais, de 1 % à 4 %. La diversité reste le meilleur gage de succès. Les comédies exercent une attraction considérable, comme on l'a vu de nouveau en 2001-2002 avec *Les Boys III*, produit à Montréal et *Men With Brooms*, produit à Toronto, mais la performance du Québec est aussi liée à d'autres types de films comme *Hochelaga*, *Maelström*, *15 février 1839*, *Le Collectionneur*, *Un crabe dans la tête* et *La Mystérieuse Mademoiselle C.*, dont les recettes se sont situées entre 475 000 \$ et plus de 1 million de dollars.

Pour 2002-2003, nous avons renforcé les mesures du Fonds du long métrage du Canada destinées à augmenter les auditoires : le volet sélectif du FLMC, basé sur une étude comparative des projets, accorde maintenant la priorité aux films qui présentent un bon potentiel sur le plan des auditoires et tient compte, entre autres, de l'engagement financier d'un distributeur en regard du lancement d'un film. De plus, nous avons clairement précisé nos exigences en matière de mise en marché et de promotion, de même que le taux de rendement minimal de nos investissements dans le cas où ils sont supérieurs à 1 million de dollars.

Faudrait-il repenser notre appui au secteur de la télévision de façon plus globale, du scénario à l'écran, comme en long métrage, pour y inclure de façon plus marquée la perspective des auditoires ? Chose certaine, nous visons actuellement de meilleures mesures des cotes d'écoute, celles qui sont disponibles étant partielles et parfois contradictoires. Pour mieux définir nos stratégies d'avenir, il est essentiel que nous ayons un portrait juste de la portée des émissions par genre, par catégorie, par région, par type de télédiffuseur et aussi par langue.

Priorité aux PME, au pays et sur la scène internationale

Le sondage de l'automne 2001 a présenté un consensus clair en ce qui concerne la nécessité de mieux appuyer le développement des PME canadiennes. Des pas importants ont été faits en ce sens au cours du dernier exercice.

Le volet fondé sur la performance du FLMC accorde des enveloppes aux entreprises qui ont d'excellentes recettes-guichet, et leur permet de produire des films de leur choix. Dans le cadre du Fonds canadien de télévision, Téléfilm a créé un Programme de distribution des PME qui alloue des enveloppes aux distributeurs pour acquérir les droits de productions à budget élevé. De plus, en collaboration avec le FCT et le Partenariat interministériel des communautés de langue officielle (PICLO), Téléfilm a institué un programme d'aide au développement de projets télévisuels, qui est réservé aux PME francophones en situation linguistique minoritaire.

L'appui international de la Société est axé sur le développement des PME. L'immersion annuelle organisée par notre bureau européen a eu lieu à Paris et a permis à plus de 35 représentants de PME de tisser des liens précieux avec des partenaires potentiels en coproduction. Dans certains marchés d'importance, Téléfilm et une douzaine d'associations et d'organismes canadiens se sont regroupés sous le Pavillon du Canada, ce qui a eu pour effet d'attirer à ces événements un plus grand nombre de PME, de leur offrir de meilleurs tarifs et services, et de leur assurer plus de visibilité dans un environnement compétitif. À ce sujet, il faut souligner que le Pavillon du Canada a été désigné par le magazine *Moving Pictures* comme le meilleur pavillon du Festival du film de Cannes 2002!

Des processus et des communications efficaces, rapides et transparents

Nous avons entrepris de simplifier nos processus administratifs et un groupe de travail sur la diligence raisonnable a été créé à cet effet. Les formalités qui sont exigées des petites entreprises et de toutes celles dont les demandes financières sont peu élevées seront considérablement allégées. Par ailleurs, afin de standardiser nos processus à travers le pays, nous établirons une charte des services aux clients, laquelle précisera le rôle de Téléfilm mais aussi nos attentes envers l'industrie.

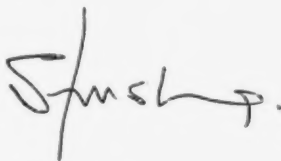
Notre nouveau site Internet lancé au printemps 2002 est plus informatif et interactif, bref, plus performant. Ainsi, chacun de nos bureaux canadiens bénéficie d'un portail qui lui est propre, un lien direct et privilégié avec sa clientèle. De plus, nous travaillons actuellement à l'implantation progressive d'un extranet qui nous permettra d'automatiser encore davantage nos liens d'affaires avec nos clients.

Un bilan annuel probant

En 2001-2002, les engagements de Téléfilm se sont élevés à 208,3 millions de dollars, une augmentation de 17 % par rapport à l'exercice précédent. Ce résultat est lié aux nouvelles ressources pour le long métrage et les nouveaux médias. Les dépenses administratives représentent 9,5 % de ces engagements, un pourcentage raisonnable si l'on tient compte de l'implantation de nouveaux programmes et de nouveaux systèmes informatiques.

Téléfilm a financé 956 projets de production et de développement, ce qui constitue un record. La Société a accordé 34 % de ses ressources à des projets en français, 65 % à des projets en anglais et 1 % à des projets en langues autochtones.

En terminant, je veux féliciter François Macerola pour son apport à Téléfilm au cours de l'exercice, successivement à titre de directeur général et de président du conseil. Merci au conseil de Téléfilm, à nos collègues du Fonds canadien de télévision, au comité consultatif du long métrage, au comité consultatif des nouveaux médias et à l'industrie pour leur collaboration. Je salue chaleureusement les employés de Téléfilm, dont ceux qui ont vaillamment occupé des postes par intérim l'année dernière : comme l'a indiqué le sondage de l'automne 2001, leur expertise et leur dévouement constituent l'un des plus grands atouts de notre organisme.



Richard Stursberg

Engagements 2001-2002

	Engagements pour de nouveaux projets en millions de dollars	Modifications aux contrats des années précédentes en millions de dollars	Total en millions de dollars
Fonds canadien de télévision			
Programme de participation au capital			
Production	103,1	0,2	103,3
Développement	4,5	0,4	4,9
Total	107,6	0,6	108,2
Fonds du long métrage du Canada			
Programmes d'aide au développement, à la production et à la mise en marché			
Production	37,2	(0,8)	36,4
Développement	2,7	1,2	3,9
Mise en marché (débours)	9,7	1,8	11,5
Coproductions officielles (mini traités)	1,1	0,0	1,1
Sous-total	50,8	2,1	52,9
Programmes d'aide aux activités complémentaires	4,1	0,5	4,6
Programme d'aide à l'écriture de scénarios	1,9	0,1	2,0
Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget	2,0	0,1	2,1
Total	58,9	2,8	61,6
Fonds des nouveaux médias du Canada			
Aide aux produits	9,1	(0,2)	9,0
Aide à la distribution	0,1	0,0	0,1
Aide au développement sectoriel	1,0	0,0	1,0
Total	10,2	(0,1)	10,1
Programme de partage des revenus de production	0,8	0,1	0,8
Coproductions officielles – mini-traités (télévision)	0,6	(0,1)	0,6
Fonds d'aide au doublage et au sous-titrage (télévision)	1,5	0,0	1,5
Autres fonds et programmes			
Fonds régulier	0,2	0,0	0,2
Marketing international	0,7	0,0	0,7
Participation aux marchés (télévision)	0,7	0,0	0,7
Subventions aux festivals canadiens (télévision)	0,2	0,1	0,3
Développement industriel et professionnel	1,1	(0,1)	1,0
Programme national de formation dans le secteur du film et de la vidéo	0,7	1,7	2,4
Autres formes d'aide	0,3	0,0	0,3
Total	3,9	1,6	5,6
Dépenses administratives ¹	-	-	19,8
Total	183,6	4,8	208,3

1. Exclut les dépenses reliées au conseil d'administration du Fonds canadien de télévision.

Note : Les résultats des additions ne correspondent pas exactement aux totaux parce que les chiffres ont été arrondis.

D'un océan à l'autre



RÉGION DE L'ATLANTIQUE

Ralph Holt, directeur

En 2001-2002, la région de l'Atlantique a maintenu sa tradition de qualité et c'est une fois de plus dans le secteur de la télévision que la récolte a été la plus fructueuse. Plusieurs séries ont obtenu la faveur du public, tant au pays qu'à l'étranger. La série *Made in Canada* a de nouveau connu le succès, alors que l'amusant *Trailer Park Boys* a été renouvelé pour une troisième saison. *Trudeau*, une mini-série qui rappelle l'héritage du premier ministre le plus énigmatique de l'histoire canadienne, fut acclamée par la critique et a rejoint plus de 1,75 million d'auditeurs par épisode.



TRUDEAU
Big Motion
Pictures Ltd.

Plusieurs documentaires ont retenu l'attention. Ils racontent la vie dans la région atlantique, retracent son histoire et nous font découvrir les gens qui l'habitent. Ainsi, la série *Eastern Tide* révèle les légendes ancestrales du peuple Wabanaki (autrefois appelé Mi'kmaq) et *Fool Proof* pose un regard étonnant et amusant sur le monde des clowns.

Dans le domaine du long métrage, *The Bay of Love and Sorrows* raconte la vie d'un jeune homme qui, incapable de faire des choix, connaîtra un destin tragique. *Marion Bridge* relate l'histoire typique d'un retour à la maison qui laisse un goût doux-amer. Mentionnons aussi la sortie des trois premiers films de la collection *Seats 3A & 3C*, tournés en vidéo numérique : *dragonwheel* de Tricia Fish, *The Wild Dogs* de Thom Fitzgerald et *Past Perfect* de Daniel MacIvor. Enfin, *Rare Birds*, qui a reçu l'aide de Téléfilm en 2000-2001, a remporté le prix du Public du Festival du film de l'Atlantique et a ensuite été présenté en salles dans tout le pays.

Le Programme des nouveaux cinéastes, qui en est à sa quatrième année et qui est une initiative de la région atlantique, a accordé de l'aide aux premières œuvres de jeunes réalisateurs de talent du Nouveau Brunswick, de Terre Neuve et de la Nouvelle-Écosse, soit *Ashore* de Justin Sim, *Baba's House* de Shandi Mitchell, *Pale Blue Glass* de Jonathan Collicott et *The Wedding Video* de Jay Dahl.

Plusieurs productions nouveaux médias ont obtenu du financement, dont *Made in Canada Online*, un site Web qui nous fait découvrir le monde de la série éponyme et *Project Ecolab*, un site où les enfants s'initient aux théories de l'évolution et aux diverses formes de vie dans un environnement virtuel.

QUÉBEC

Michel Pradier, directeur

L'industrie du Québec continue de miser sur la qualité et d'innover. Au petit écran, des séries comme *Fortier*, *Willie* et *Le Dernier Chapitre* ont attiré en moyenne 1,5 million de téléspectateurs par épisode tandis que de nouvelles dramatiques comme *Tabou* et *Cauchemar d'amour* se sont taillé une place enviable. *Ayoye!* et *Ramdam* viennent de rejoindre *Bonjour Madame Croque-Cerise* et *Cornemuse* parmi les émissions préférées des jeunes. Les documentaristes explorent les relations humaines (*Entre père et fils*), la maladie mentale (*Oppression III*), les personnages et les événements célèbres (*100 Québécois qui ont fait le XX^e siècle*, *1701 La Grande Paix de Montréal*), aussi bien que la nature (*L'Esprit des lieux*) ou la culture (*Claude futra, portrait sur film*).



LE DERNIER CHAPITRE
Les Productions
Télé-Acton Inc.

Lancés au cours de l'exercice, six films ont recueilli à eux seuls plus de 12 millions de dollars de recettes-guichet : *Les Boys III*, *Le Collectionneur*, *K2*, *La Mystérieuse Mademoiselle C.*, *Nuit de noces* et *Savage Messiah*. De plus, nombre de films ont reçu des prix ici et à l'étranger, dont *15 février 1839*, *L'Ange de goudron* et *Un crabe dans la tête*.

Plusieurs longs métrages financés cette année sont très attendus, telles les premières œuvres *Québec-Montréal* de Ricardo Trogi et *Comment ma mère accoucha de moi durant sa ménopause* de Sébastien Rose; les deuxièmes longs métrages *20 h 17* de Bernard Émond et *La Turbulence des fluides* de Manon Briand; ou encore des œuvres de réalisateurs chevronnés comme Léa Pool (*Mariposa Azul*), Denise Filiatrault (*L'Odyssée d'Alice Tremblay*) et Charles Binamé (*Un homme et son péché*).

Le Fonds des nouveaux médias du Canada a suscité une forte demande et les producteurs du Québec se démarquent notamment dans les jeux et la conception de projets convergents. Le bureau soutient également le programme de formation en nouveaux médias de l'Institut national de l'image et du son (INIS).

Enfin, ce bureau a poursuivi son appui aux francophones hors Québec par l'entremise du Partenariat interministériel des communautés de langue officielle (PICLO) en favorisant le développement des projets, la formation et le développement professionnel.



ONTARIO

Karen Franklin, directrice

Les efforts du bureau de l'Ontario pour augmenter les auditoires des films canadiens ont porté fruits en 2001-2002. Plusieurs longs métrages ont remporté des prix et ont retenu l'attention des cinéphiles canadiens et étrangers. *Men With Brooms* de Paul Gross a été lancé en mars 2002 et a cumulé des recettes de près de 4 millions de dollars en deux mois. Deux films de l'Ontario ont été présentés au Festival de Cannes 2002 : *Ararat* d'Atom Egoyan, une dramatisation du génocide des Arméniens, et *Spider* de David Cronenberg, adapté du roman de l'écrivain canadien Patrick McGrath.

Financé l'année précédente par le Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget du Fonds du long métrage du Canada (FLMC), *On Their Knees*, de l'auteure, réalisatrice et actrice Anaïs Granofsky, a remporté le prix de la Meilleure réalisation au Reel Black Gala et le prix du Meilleur film canadien au ReelWorld Film Festival. Ce programme a succédé à soutenu plusieurs autres productions de l'Ontario, dont certaines seront bientôt à l'affiche des festivals. Par ailleurs, les jurys anglophones du Programme d'aide à l'écriture de scénarios du FLMC, composés de pairs de l'industrie, ont accordé du financement à 53 projets de l'Ontario. Ils se sont réunis au bureau de Toronto pour les trois dates limites de dépôt des demandes.



MEN WITH BROOMS
Sérendipity
Point Films

En télévision, l'année a été de nouveau fructueuse.

Degrassi: The Next Generation a été diffusé avec un nouveau site Web interactif, attirant le public dans tout le pays; le téléfilm *Tagged: The Jonathan Wamback Story* a rejoint 1,5 million de téléspectateurs, alors que les jeunes ont adopté *Sciences Point Com II*. Ont aussi obtenu du financement deux documentaires choics à budget élevé, *Going to the Movies* de la réputée réalisatrice Gail Singer et *Street Nurse* de Shelley Saywell, ainsi que *The Rings of Saturn*, une émission qui allie danse et dramatique et qui met en vedette Sonja Smits et Rex Harrington, un danseur de réputation internationale.

En nouveaux médias, la qualité des projets soumis a augmenté cette année. Parmi les projets prometteurs, mentionnons les sites Web *GirlStuff*, *BoyStuff*, *Juno Beach Virtual Museum* et *degrassi.tu*. Afin d'augmenter la visibilité des produits nouveaux médias, Téléfilm a par ailleurs été l'un des principaux commanditaires de DigiFest, le nouveau festival ontarien des médias numériques interactifs.



RÉGION DE L'OUEST

Lauren Davis, directrice par interim

Du côté du long métrage, l'Ouest a connu une année faste. *Atanarjuat* a obtenu la Caméra d'or du Meilleur premier long métrage à Cannes, de même que neuf prix internationaux et six prix Génies. *Last Wedding* de Bruce Sweeney a ouvert le Festival

international du film de Toronto, alors que le film *Inertia* du réalisateur de Winnipeg Sean Garrity a remporté le prix du Meilleur premier long métrage canadien du festival. Au Festival international du film de Vancouver, le prix Téléfilm Canada du Meilleur jeune réalisateur de l'Ouest a été attribué à Robert Cuffley pour *Turning Paige*. Le Sundance Film Festival a présenté *Christmas at Wapos Bay* de Dennis Jackson, *Fubar* de Michael Douse et *Lola* de Carl Bessai. *Lola*, ainsi que *Suddenly Naked* de Anne Wheeler, ont été à l'affiche du Festival de Berlin.

LOLA
Festival
Film Int.



En télévision, *Nuclear Dynamite* a remporté six prix dans des festivals internationaux, notamment à Pékin, en Chine et à Parme, en Italie. *Da Vinci's Inquest* a maintenu de fortes cotes d'écoute et a remporté les prix Gemini de la Meilleure série dramatique et du Meilleur acteur principal. Ajoutons que huit des 12 projets qui ont été présentés au Marché du documentaire de Mannheim provenaient de la région de l'Ouest. Quant au Fonds des nouveaux médias du Canada, il a été accueilli avec enthousiasme par l'industrie de l'Ouest et un nombre record de projets innovateurs et de grande qualité a été soumis.

Un programme de formation destiné aux producteurs autochtones a été organisé dans sept villes de l'Ouest. Des experts de Téléfilm, de même que des représentants des diffuseurs et des organismes publics, ont tenu des sessions d'information et ont présenté des études de cas expliquant le fonctionnement de l'industrie de la télévision.

Initiative Asie Pacifique – un programme de Téléfilm – a présenté une rétrospective canadienne au Shanghai International Film Festival 2001, en collaboration avec le consulat canadien de cette ville. Les producteurs Niv Fichman (*Last Night*), Shan Tam (*Lunch with Charles*) et Claude Gagnon (*Winter Stories*), ainsi que le réalisateur Michael Parker (*Lunch with Charles*), ont participé au festival et au marché. Le Festival de télévision de Banff 2001 a été l'occasion d'une rencontre entre 27 producteurs de Singapour et 40 professionnels canadiens, tandis que le stand-ombrelle de Téléfilm à l'Asia Television Forum 2001, à Singapour, a accueilli sept entreprises canadiennes.

Événements



SOMMET DU MONT-TREMBLANT 2001

En décembre 2001, Telefilm Canada réunissait plus d'une centaine de représentants de l'industrie canadienne autour du thème « Les défis de demain ».

Tonya Lee Williams (The Publicity Group), Charles Belanger, président de Telefilm Canada, Guy DeRepentigny, directeur, politiques, planification et recherches, Shan Tam (Holiday Pictures Ltd.), Julie Keatley (Keatley Films Ltd.)



NATIONAL SCREEN INSTITUTE FILMEXCHANGE

Charles Belanger, président de Telefilm Canada, Carole Vivier, anciennement du Manitoba Film & Sound, Dave Angus, président de la Chambre de commerce de Winnipeg



PROJECTION DE MEN WITH BROOMS

Visionnement du film *Men With Brooms* à Ottawa en présence du très honorable Jean Chrétien, Premier ministre, de l'honorable Sheila Copps, ministre du Patrimoine canadien, de Richard Stursberg, directeur général de Telefilm Canada, et de plus de 500 invités



FESTIVAL DE CANNES 2002

Atom Egoyan, réalisateur d'*Ararat*, présente hors compétition et Richard Stursberg, directeur général de Telefilm Canada



MIPTV 2002

Grâce à Telefilm Canada et à ses partenaires, le pavillon du Canada est un centre d'affaires incontournable!



IMMERSION EUROPE 2001

Les producteurs canadiens bénéficient grandement des immersions en Europe organisées par le bureau européen de Telefilm Canada.

(J. Lousberg (Film Council), Michael Schmetz (Film Board Berlin Brandenburg), Sheila de La Varenne (Telefilm Canada/Europe), Gail Thomson (DMOC), Bill House (Alliance Atlantis), Diane Dube (The Completion Guarantors (TGC) Inc.), Bryan Freeman (CBC International Sales), Valerie Creighton (Saskfilm and Video Development Corporation), Suzanne Laverdiere (Société Radio-Canada)



Télévision



Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital

Contrats signés – Production, scénarisation et développement

	Nombre de projets ¹	Devis totaux ² en millions de dollars	Telefilm Canada en millions de dollars
Français			
Production	115	149 986	33 937
Modifications – production ³	—	—	315
Sous-total	115	149 986	34 252
Scénarisation et développement	81	5 116	1 517
Modifications – développement ³	—	—	89
Sous-total	81	5 116	1 606
Sous-total – français	196	155 103	35 857
Anglais			
Production	178	312 958	68 277
Modifications – production ³	—	—	(90)
Sous-total	178	312 958	68 186
Scénarisation et développement	162	7 297	2 848
Modifications – développement ³	—	—	288
Sous-total	162	7 297	3 136
Sous-total – anglais	340	320 254	71 323
Langues autochtones			
Production	16	6 236	869
Modifications – production	—	—	—
Sous-total	16	6 236	869
Scénarisation et développement	9	347	154
Modifications – développement ³	—	—	(4)
Sous-total	9	347	150
Sous-total – langues autochtones	25	6 582	1 019
Total	561	481 939	108 199

1. Comprend trois projets qui ont également reçu un apport financier du Fonds du long métrage du Canada.

2. Comprend les devis totaux des coproductions.

3. Les modifications incluent les diminutions aux engagements des années précédentes.

Fonds canadien de télévision

Programme de participation au capital

Le Fonds canadien de télévision (FCT) a pour mandat d'encourager la création et la diffusion d'émissions originales qui expriment la société canadienne dans toute sa diversité. Il renforce le rôle de la télévision comme médium essentiel de l'expression culturelle et fait en sorte que les Canadiens aient accès chaque année, aux heures de grande écoute, à des centaines d'histoires qui illustrent leur réalité, leur imaginaire et leurs rêves. Les émissions appuyées par le Fonds obtiennent de grands succès, dans toutes les régions du pays, de même qu'à l'étranger.

FOOTBALL
A KILBY
Produit par...



Financé conjointement par le gouvernement du Canada et les fournisseurs canadiens de services de câblodistribution et de services de diffusion directe par satellite, le Fonds canadien de télévision comprend le Programme de participation au capital et le Programme de distribution des PME qui sont administrés par Téléfilm Canada, de même que le Programme de droits de diffusion et le Fonds de promotion des émissions canadiennes qui sont administrés par le FCT.

Programme de participation au capital

Par l'entremise du Programme de participation au capital (PPC), Téléfilm appuie la production d'émissions de télévision et de longs métrages, de même que le développement et la scénarisation de nouveaux projets pour la télévision.

Par ailleurs, le PPC administre l'enveloppe du FCT consacrée au développement et à la productions de projets en langues autochtones.

Jordy Randall

Producteur, Tom Stone



« On nous avait dit que si la série se passait à Denver, toutes nos pré-ventes seraient réglées. Nous avons décidé d'essayer une autre stratégie : faisons une bonne série. Prenons une chance. Faisons quelque chose qui ne ressemble à rien d'autre. »

Globe and Mail, 14 février 2002

Un record de 561 projets, 1240,5 heures de production

En 2001-2002, le PPC a appuyé un record de 561 projets, soit 20 % de plus que pendant l'exercice précédent et 82 % de plus qu'il y a cinq ans. L'un des objectifs du PPC est d'offrir aux auditoires canadiens une grande diversité de projets, tant sur le plan des catégories et des sujets que de la provenance régionale.

Pour mettre en œuvre ces projets, les producteurs canadiens ont réuni des budgets totaux de 481,9 millions de dollars, incluant la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire, soit une somme de 9,1 millions de dollars.

Cette activité record s'est traduite par 1 240,5 heures de production destinées aux périodes de grande écoute, soit une augmentation de 15 % par rapport à l'exercice précédent. Cette hausse a touché la production en français comme en anglais, et les catégories des émissions pour enfants, des documentaires et des émissions de variétés.



TAGGED: THE JONATHAN
WAMBAKA STORY
Landscape Pictures Inc.



Michel D'Astous
Scénariste, *Tabou*

« Souvent la télévision mise sur l'action et sur l'anecdote. Avec *Tabou* nous avons voulu faire quelque chose de très intime, des gros plans de personnages, aller en profondeur. Il s'agit de la quête d'un couple, des gens ordinaires qui vivent une situation extraordinaire. »

Le Devoir, 23 février 2002

Scénarisation et développement

Le PPC a appuyé la scénarisation et le développement de 252 projets télévisuels, comparativement à 213 en 2000-2001. Sa contribution représente 35 % des devis.

La répartition linguistique est la suivante : 34 % des ressources ont été accordées à des projets en français, 63 % à des projets en anglais et 3 % à des projets en langues autochtones.

En ce qui concerne les catégories d'émissions, les dramatiques ont reçu 52 % des avances; les documentaires, 37 %; les émissions pour enfants, 9 %; et les émissions de variétés et des arts de la scène, 2 %.



CEUX QUI ATTENDENT
Productions
Phare Inc./Sindhu
des médias
Acadie (Office
national du film
du Canada)

Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital

Analyse de la participation financière

Production seulement – nouveaux contrats signés

Catégories	Nombre de projets ¹	Heures de production	Devis		FCT – Programme de participation au capital		Fonds du long métrage du Canada		Téléfilm Canada Autres fonds (PFPP)		
			en milliers de dollars	en milliers de dollars	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	
Français											
Dramatiques	21	136,0	62 379	62 379	17 477	28,0	–	0,0	–	0,0	
Variétés	8	27,0	6 049	6 049	1 458	24,1	–	0,0	–	0,0	
Enfants	12	258,8	29 240	29 240	4 225	14,4	–	0,0	–	0,0	
Documentaires	71	208,5	42 813	42 452	8 534	20,1	–	0,0	–	0,0	
Longs métrages	3	4,9	9 505	9 505	2 242	23,6	378	4,0	200	2,1	
Sous-total	115	635,2	149 986	149 625	33 937	22,7	378	0,3	200	0,1	
Anglais											
Dramatiques	31	170,0	165 405	161 629	37 694	23,3	–	0,0	200	0,1	
Variétés	5	5,8	5 161	5 161	1 565	30,3	–	0,0	–	0,0	
Enfants	17	108,0	70 612	65 676	11 558	17,6	–	0,0	319	0,5	
Documentaires	121	240,9	57 985	57 985	12 685	21,9	–	0,0	10	0,0	
Longs métrages	4	7,0	13 795	13 795	4 776	34,6	630	4,6	–	0,0	
Sous-total	178	531,7	312 957	304 246	68 277	22,4	630	0,2	529	0,2	
Langues autochtones											
	16	73,6	6 236	6 235	869	13,9	–	0,0	–	0,0	
Total											
	309	1 240,5	469 179	460 105	103 082	22,4	1 008	0,2	729	0,2	

1. Comprend trois projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du Fonds du long métrage du Canada.

2. Ne comprend pas la part étrangère (4073193 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire.

Tous les pourcentages sont calculés sur ces montants.

On trouvera les tableaux détaillés de la participation financière dans le site Web de Téléfilm Canada (www.telefilm.gc.ca).

Production : un large éventail de genres et de sujets

En ce qui concerne la télévision (excluant les longs métrages et les projets de langues autochtones), 58 % des investissements du PPC ont été consacrés aux dramatiques, 22 % aux documentaires, 17 % aux émissions pour enfants et 3 % aux émissions de variétés et des arts de la scène.



Wayne Grigsby

Scénariste, producteur, producteur exécutif, Tradex

« Devant cet homme, le pays s'exclamait d'admiration. Il fallait donc faire un film devant lequel le pays s'exclamerait d'admiration. » *The Gazette, 30 mars 2002*

100 DAYS IN THE JUNGLE
ImageNation Film and
Television Film
Productions Inc.
Sextant Entertainment
Group Inc.



L'industrie du documentaire continue de s'affirmer : 192 documentaires ont été produits cette année, comparativement à 151 l'année précédente et 110 il y a deux ans. Parallèlement, le nombre d'heures de documentaire a augmenté de 40 % pour la deuxième année consécutive.

On observe un phénomène similaire du côté des émissions pour enfants, dont le nombre de projets a augmenté de 38 % et les heures de diffusion, de 28 %.

FCT - Programme de droits de diffusion		Entreprises de télédiffusion		Secteur privé		Distributeurs		Autres sources gouvernementales		Participants étrangers	
en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%
12 878	20,6	16 204	26,0	1 442	2,3	140	0,2	14 238	22,8	—	0,0
586	9,7	1 712	28,3	917	15,2	—	0,0	1 316	21,8	60	1,0
5 669	19,4	11 670	39,9	803	2,7	242	0,8	6 587	22,5	45	0,2
8 136	19,2	10 943	25,8	1 738	4,1	272	0,6	12 116	28,5	713	1,7
500	5,3	660	6,9	808	8,5	1 000	10,5	3 103	32,6	614	6,5
27 768	18,6	41 189	27,5	5 708	3,8	1 653	1,1	37 361	25,0	1 432	1,0
29 660	18,4	39 168	24,2	17 252	10,7	13 723	8,5	21 275	13,2	2 658	1,6
925	17,9	1 223	23,7	623	12,1	138	2,7	462	9,0	225	4,4
8 413	12,8	12 206	18,6	11 714	17,8	6 011	9,2	8 815	13,4	6 639	10,1
9 490	16,4	19 351	33,4	4 153	7,2	805	1,4	9 879	17,0	1 612	2,8
1 294	9,4	630	4,6	1 597	11,6	1 325	9,6	2 839	20,6	705	5,1
49 783	16,4	72 578	23,9	35 339	11,6	22 001	7,2	43 271	14,2	11 838	3,9
1 704	27,3	1 321	21,2	661	10,6	—	0,0	1 680	26,9	—	0,0
79 255	17,2	115 088	25,0	41 708	9,1	23 655	5,1	82 311	17,9	13 270	2,9

Téléfilm s'associe à un vaste réseau de partenaires

La contribution du PPC, qui s'élève cette année à 22,4 % des devis, est essentielle à la mise en œuvre des projets. Comme on peut le voir dans le tableau sur l'Analyse de la participation financière, l'apport d'autres Fonds de la Société et du Programme de droits de diffusion porte la contribution totale de Téléfilm et du Fonds canadien de télévision à 40 % des devis de production, une augmentation par rapport à 36,8 % l'année précédente.



Dans l'ensemble, le PPC a alloué 34 % de ses ressources à des projets destinés à Radio-Canada/CBC et 66 % à des projets destinés aux autres entreprises de télédiffusion.

Comme chaque année, les entreprises de télédiffusion, le secteur privé (producteurs, services, fonds et investissements privés), les distributeurs canadiens, les autres sources gouvernementales et les participants étrangers ont grandement contribué à la vitalité de l'industrie canadienne de la télévision.

La contribution des entreprises de télédiffusion continue de croître et représente cette année 25 % des devis de production. Elle a été proportionnellement plus importante pour les documentaires et les émissions pour enfants.

Par ailleurs, l'apport des autres sources gouvernementales (organismes fédéraux et provinciaux) a augmenté de 10 % sous la forme de crédits d'impôt et d'investissements, ce qui s'est traduit par une production plus importante à Terre-Neuve, en Nouvelle-Écosse, au Québec, en Saskatchewan et en Alberta.

Répartition régionale des ressources

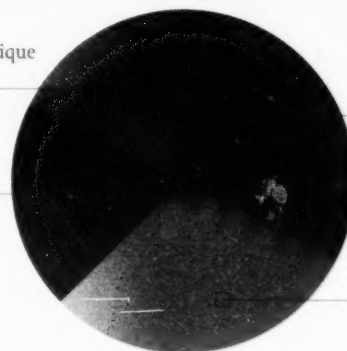
selon le lieu où sont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats pour le financement de productions dans le cadre du FCT - Programme de participation au capital

Région de l'Atlantique
11 %

Région de l'Ouest
20 %

Région du Québec
39 %

Région de l'Ontario
30 %

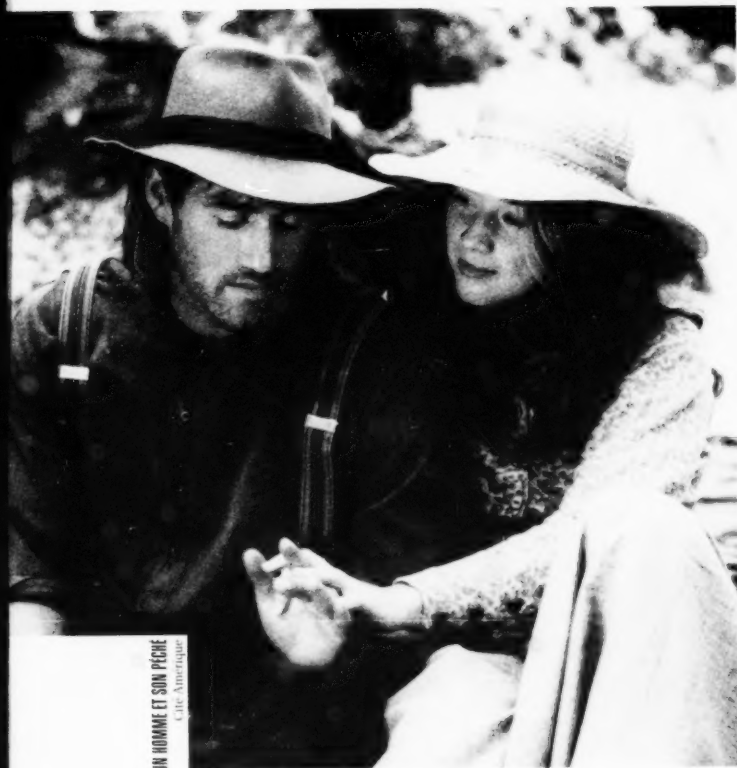


Répartition linguistique

La Société encourage équitablement le développement et la production de projets en français (33 % de ses engagements), en anglais (66 %) et en langues autochtones (1 %).

Téléfilm a accordé 15 % de ses investissements à des projets en situation linguistique minoritaire. Elle a ainsi consacré 15,7 millions de dollars à 82 projets, soit près du double de l'exercice précédent. Quarante-six projets produits en anglais au Québec ont reçu une somme de 11,2 millions de dollars, tandis que 36 projets en français issus du Nouveau-Brunswick, de l'Ontario, du Manitoba, de l'Alberta et de la Colombie-Britannique ont reçu une somme de 4,5 millions de dollars.



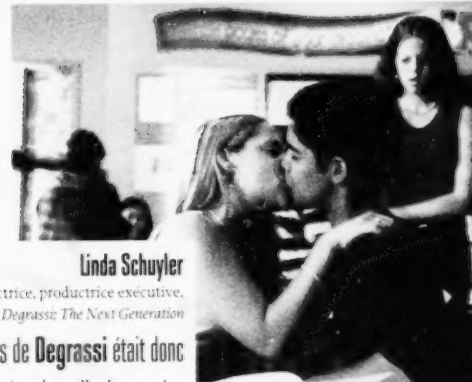


UN HOMME ET SON PÉCHÉ
Cine Amérique

Longs métrages : sept projets de production

Le PPC administre la moitié de l'enveloppe du Fonds canadien de télévision consacrée aux longs métrages, soit 7,5 millions de dollars. En 2001-2002, le PPC a appuyé la production de sept longs métrages dont quatre de Montréal, *Un homme et son péché* de Charles Binamé, *The Book of Eve* de Claude Fournier, *Le Piège d'Issoudun* de Micheline Lanctôt et *Le Goût des jeunes filles* de John L'Écuyer. Un projet est issu de Vancouver, *The Burial Society* de Nicholas Racz, un autre vient de Toronto, *Long Life, Happiness and Prosperity* de Mina Shum, tandis que *Marion Bridge* de Wiebke Von Carolsfeld a été produit à Halifax.

Mentionnons par ailleurs que le Fonds du long métrage du Canada, auquel est consacré le chapitre suivant du rapport annuel, a donné le coup d'envoi à la production de 54 longs métrages par l'entremise des Programmes de développement, de production et de mise en marché, du Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget et de mini-traités avec la France.



Linda Schuyler

Co créatrice, productrice, productrice exécutive,
Degrassi: The Next Generation

« Le défi des nouveaux épisodes de **Degrassi** était donc de rester fidèle à la vérité émotionnelle des années d'adolescence, tout en reflétant les grandes influences de la technologie sur la vie de ces jeunes gens. » *Globe and Mail*, 13 mars 2002

Coproduction

En 2001-2002, le PPC a participé au financement de 16 coproductions, y investissant une somme de 9,5 millions de dollars. Douze de ces œuvres sont des coproductions majoritaires du Canada. Les principaux pays partenaires sont le Royaume-Uni et la France, mais des coproductions ont aussi été réalisées avec l'Irlande, la Chine, Singapour, l'Autriche et le Danemark.

Les devis totaux de ces coproductions s'élèvent à 59,5 millions de dollars. La part canadienne est de 38,9 millions et le PPC a assumé 23 % de ce montant.



CHRISTIE BOYD
Decade
Entertainment Inc.
Nogo
Entertainment Ltd.
(Hong Kong)
Aurora
Entertainment Ltd.
(Royaume-Uni)





Fonds du long métrage du Canada

Contrats signés

	Nombre de projets ¹	Devis ² totaux en millions de dollars	Telefilm Canada Engagements totaux ³ en millions de dollars
Programmes d'aide au développement, à la production et à la mise en marché			
Développement	106	6 252	2 718
Modifications – développement	—	—	1 154
Sous-total	106	6 252	3 873
Production	37	213 885	37 227
Modifications – production	—	—	(811)
Sous-total	37	213 885	36 416
Mise en marché (débours)			
Acquisition de longs métrages canadiens	41	10 277	4 699
Mise en marché de longs métrages canadiens	41	10 430	5 001
Modifications – mise en marché	—	—	1 762
Sous-total	82	20 707	11 462
Mini traites avec la France	6	26 205	1 145
Total	231	267 049	52 896
Programmes d'aide aux activités complémentaires			
Subventions à des activités de promotion	2	8 087	350
Réseaux parallèles de distribution	15	5 805	476
Festivals canadiens	36	27 549	1 686
Doublage et sous-titrage (salles)	12	583	454
Participation aux marchés étrangers	—	—	87
Participation aux festivals étrangers	—	—	775
Publicité et publications	—	—	234
Autres	—	—	48
Modifications – activités complémentaires	—	—	533
Total	65	42 024	4 643
Programme d'aide à l'écriture de scénarios			
Modifications – aide à l'écriture de scénarios	—	—	86
Total	146	1 939	2 025
Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget			
Modifications – longs métrages à petit budget	—	—	50
Total	12	6 735	2 010
Total	454	317 747	61 623

1. Comprend trois projets qui ont également reçu un apport financier du FCT - Programme de participation au capital.

2. Comprend les devis totaux des coproductions.

3. Incluent les modifications aux engagements des exercices précédents.

Le Fonds du long métrage du Canada

Entré en vigueur en avril 2001, le Fonds du long métrage du Canada (FLMC) est la pierre angulaire de la nouvelle Politique canadienne du long métrage. Le FLMC augmente et recentre l'appui public en privilégiant une approche intégrée, selon un mode de financement qui couvre tous les volets d'activité de l'industrie du cinéma, de la scénarisation des projets à leur promotion internationale.

Le FLMC prend le relève du Fonds de financement de longs métrages, du Fonds d'aide à la distribution de longs métrages et d'autres programmes complémentaires d'appui à l'industrie du cinéma qui étaient administrés par Téléfilm Canada. Le nouveau Fonds est axé sur la performance. Son objectif principal est d'augmenter les auditoires des longs métrages canadiens de sorte que la part de marché de notre cinéma s'établisse à 5 % des recettes guichet au pays en 2006.



L'OURSÉE D'ALICE TREMBLAY
Film Fabulous Inc./
Cinéma 100 Inc.

Au cours de sa première année d'implantation, le Fonds a soutenu les scénaristes, les réalisateurs, les producteurs et les distributeurs canadiens de longs métrages grâce à des programmes et à des outils financiers taillés sur mesure. C'est ainsi qu'ont été produits des longs métrages de grande qualité, bénéficiant de devis moyens plus élevés et d'une meilleure mise en marché. Par ailleurs, la Société a raffiné ses stratégies d'appui aux festivals et marchés pour que ces événements contribuent à rapprocher les créateurs de leur public.

Budget de l'exercice et engagements

La Politique canadienne du long métrage a doublé les ressources disponibles pour notre cinéma, les portant à 100 millions de dollars. Si l'on exclut l'enveloppe du Fonds canadien de télévision destinée au long métrage, soit 15 millions de dollars – dont la moitié est administrée par Téléfilm dans le Programme de participation au capital –, de même que des fonds de près de 5 millions de dollars administrés par d'autres organismes que Téléfilm, le budget du Fonds du long métrage du Canada s'élève à près de 80 millions de dollars. Cette somme inclut les dépenses administratives liées à la prestation des programmes.

David Cronenberg

Réalisateur, *Spider*

« J'ai intégré [dans mon œuvre] de nombreuses influences cinématographiques du monde entier, mais je considère que mes films sont avant tout fondamentalement canadiens, guidés en dernier lieu par ma vision personnelle de l'âme canadienne. »

Les Cahiers du cinéma, mai 2001



Le FLMC a quatre composantes. Les engagements de l'exercice ont été les suivants :

- Programmes d'aide au développement, à la production et à la mise en marché, aussi appelés « Programme principal », qui comprennent un volet fondé sur la performance et un volet sélectif : 52,9 millions de dollars;
- Programme d'aide à l'écriture de scénarios : 2 millions de dollars;
- Programme d'aide aux longs métrages indépendants à petit budget : 2,1 millions de dollars; et
- Programmes d'aide aux activités complémentaires : 4,6 millions de dollars.



SAINT MONICA
Fable Films Inc./
Spirita Films Inc./
Play for Night
Motion Pictures
Inc. / Rave Films



THE DAY OF LOVE AND SORROWS
Triptych Media Inc.
Second Wave Productions Inc.

En cette première année du Fonds, et pour faciliter la transition du Fonds de financement de longs métrages au FLMC, le ministère du Patrimoine canadien et Téléfilm Canada ont convenu de faire preuve de souplesse dans la gestion des deux volets du Programme principal. Ainsi, les producteurs qui bénéficiaient d'une enveloppe fondée sur la performance ont pu en prévoir l'utilisation sur plus d'un exercice, ce qui explique en partie que les ressources disponibles en 2001-2002 n'aient pas été entièrement engagées. Les engagements totaux de l'exercice se sont élevés à 61,6 millions de dollars. Le Conseil du Trésor a accepté, exceptionnellement, que des crédits parlementaires de près de 20 millions de dollars soient reportés pour des projets des prochains exercices financiers.

Fonds du long métrage du Canada

Programmes d'aide au développement, à la production et à la mise en marché

Contrats signés

	Volet fondé sur la performance Téléfilm Canada Engagements totaux en millions de dollars	Volet sélectif Téléfilm Canada Engagements totaux en millions de dollars		Total des deux volets Téléfilm Canada Engagements totaux ¹ en millions de dollars	
			Nombre de projets ² en millions de dollars	Devis totaux ³ en millions de dollars	Engagements totaux ⁴ en millions de dollars
Développement					
Français	409	424	28	2 158	833
Modifications aux projets des années précédentes ⁴	229	223	—	—	452
Anglais	462	1 423	78	4 095	1 885
Modifications aux projets des années précédentes ⁴	209	493	—	—	703
Sous-total	1 310	2 563	106	6 253	3 873
Production					
Français	5 900	7 161	14	59 874	13 061
Modifications aux projets des années précédentes ⁴	—	240	—	—	240
Anglais	8 825	15 341	23	154 011	24 166
Modifications aux projets des années précédentes ⁴	449	(1 500)	—	—	(1 051)
Sous-total	15 174	21 242	37	213 885	36 416
Mise en marché	8 463	1 236	82	20 707	9 700
Modifications aux projets des années précédentes ³	1 740	23	—	—	1 762
Sous-total	10 203	1 259	82	20 707	11 462
Total	26 687	25 064	225	240 844	51 751

1. Comprend trois projets qui ont également reçu un apport financier du FCT - Programme de participation au capital.

2. Comprend les devis totaux des coproductions.

3. Le total exclut 1,1 million de dollars alloués par l'entremise de mini traités de coproduction avec la France.

4. Les modifications incluent les diminutions aux engagements des exercices précédents.



Rock Demers

Producteur, Regina

« J'ai décidé que je voulais faire des films qui donneraient aux jeunes le goût de mordre dans la vie. » *The Gazette*, 8 juin 2002

PROGRAMMES D'AIDE AU DÉVELOPPEMENT, À LA PRODUCTION ET À LA MISE EN MARCHÉ

Dans le cadre de ces programmes, le FLMC accorde son appui par l'entremise de deux volets : un volet fondé sur la performance et un volet sélectif.

1) Attribution des ressources : volet fondé sur la performance et volet sélectif

Résultats généraux

Le volet fondé sur la performance accorde des enveloppes aux entreprises qui ont une bonne feuille de route en matière de recettes-guichet au pays. En 2001-2002, 39 entreprises de production et de distribution ont eu accès à des enveloppes qu'elles pouvaient utiliser pour des projets de leur choix, en fonction de leur intérêts et de leur évaluation du marché.

Le volet sélectif assure que d'autres entreprises puissent avoir accès au Fonds et contribuent à la diversité et au succès de notre cinéma. La sélection se fait sur une base comparative et prend en compte les aspects créatifs et financiers, l'équipe de production, la récupération des investissements de Téléfilm, le potentiel sur le plan des auditoires et le développement de l'entreprise requérante.

Au total, les deux volets de ces programmes ont contribué au financement de :

- 106 nouveaux projets de développement (29 dans le volet performance, 75 dans le volet sélectif et deux par l'entremise des deux volets);
- 37 nouvelles productions (cinq dans le volet fondé sur la performance, 14 dans le volet sélectif et 18 par l'entremise des deux volets);
- 82 nouveaux projets de distribution et de mise en marché de longs métrages (53 dans le volet performance, 27 dans le volet sélectif et deux par l'entremise des deux volets).



QUÉBEC-MONTREAL
Les Films

TURNING POINT
FLMC
Produit par
Les Films
Produit par
Produit par



Développement et production

Par l'entremise du volet fondé sur la performance et du volet sélectif, le FLMC a engagé une somme de 40,3 millions de dollars en production et en développement. La répartition linguistique des engagements démontre que 36 % des ressources ont été allouées à des projets en français et 64 % à des projets en anglais. Ces résultats sont conformes au protocole d'entente du Fonds qui précisait qu'au moins le tiers des ressources en développement et production seraient consacrées aux projets en français.

De cette somme de 40,3 millions de dollars, 41 % a été alloué sous forme d'enveloppes à la performance et 59 % par le volet sélectif. L'objectif fixé par le protocole d'entente pour l'exercice était de 50/50. Téléfilm a fait preuve de souplesse en permettant aux entreprises qui bénéficiaient d'une enveloppe fondée sur la performance de reporter une partie de celle-ci pour des projets futurs.

Les deux volets ont assuré la création d'un éventail d'histoires diversifiées et d'une grande qualité. Parmi les projets appuyés, certains, comme *Men With Brooms* de Paul Gross et *La Mystérieuse Mademoiselle C.* de Richard Ciupka, ont déjà conquis le public canadien, tandis que *Ararat* d'Atom Egoyan et *Spider* de David Cronenberg ont été invités au Festival de Cannes 2002. Au palmarès de l'exercice figurent aussi des réalisateurs renommés comme Deepa Mehta (*Bollywood/Hollywood*), Claude Fournier (*The Book of Eve*) et Robert Morin (*Le Nèg*), de même que des jeunes réalisateurs prometteurs, tels Sébastien Rose (*Comment ma mère accoucha de moi durant sa ménopause*), Kim Nguyen (*Le Marais*), Katie Tallo (*Posers*) et Manon Briand (*La Turbulence des fluides*), qui signe un deuxième long métrage, une coproduction avec la France.



BOLLYWOOD/HOLLYWOOD
Bollywood/Hollywood
Produit, France

Rodrigue Jean

Scénariste, réalisateur,
producteur exécutif, Yellowknife

« J'ai le sentiment que mon cinéma s'inspire
directement de la vie, qu'il recherche
une vérité à travers les personnages. »

Progrès Dimanche, 10 mars 2002

Mise en marché

Une somme de 10,2 millions de dollars a été déboursée dans le volet fondé sur la performance (89 %) et près de 1,3 million de dollars (11 %) ont été déboursés dans le volet sélectif. Il faut noter qu'à la demande des distributeurs, Téléfilm a accepté de maintenir une enveloppe minimale de 500 000 \$ pour les distributeurs qui avaient une marge de crédit dans l'ancien Fonds d'aide à la distribution de longs métrages en 1999-2000. Ces enveloppes ont été financées à même le volet sélectif.

2) Analyse des résultats de l'exercice

Développement et production

Le FLMC apparaît particulièrement performant. En ce qui concerne la production proprement dite, il a appuyé 37 longs métrages, comparativement à une moyenne de 26 pour les trois dernières années du Fonds de financement de longs métrages. La contribution de cette année, 37,2 millions de dollars, représente presque le double de la moyenne des trois dernières années, qui était de 18,9 millions de dollars. Le FLMC a assumé 20 % des devis de production, qui représentaient 188,8 millions de dollars. Ce pourcentage est peu élevé en raison de coproductions à devis élevé dont la Société a assumé un faible pourcentage afin de respecter le plafond de 2,5 millions de dollars établi pour les projets du volet sélectif. Ainsi, la Société a assumé 7 % du devis de *Spider* et 13 % du devis de *Between Strangers*, devis qui s'élevaient au total à 30 millions de dollars.

Fonds du long métrage du Canada

Programmes d'aide au développement, à la production et à la mise en marché – production seulement

Analyse de la participation financière

Contrats signés

	Nombre de projets ¹	Devis totaux en milliers de dollars	Devis ² en milliers de dollars	Fonds du long métrage du Canada		FCT – Programme de participation au capital		Téléfilm Canada Autres Fonds (Mini-traités et PPRP)	
				en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%
Français	14	59 874	43 410	13 061	30,1	142	0,3	1 005	2,3
Anglais	23	154 011	145 433	24 166	16,6	2 668	1,8	–	0,0
Total	37	213 885	188 843	37 227	19,7	2 810	1,5	1 005	0,5

1. Comprend trois projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du FCT – Programme de participation au capital.

2. Ne comprend pas la part étrangère (25 043 810 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire. Tous les pourcentages sont calculés sur ces montants.

On trouvera les tableaux détaillés de la participation financière dans le site Web de Téléfilm Canada (www.telefilm.gc.ca).



WILD DOGS
inX communications inc.
Axiom Films Ltd.
(Royaume-Uni)

Le devis moyen des longs métrages de l'exercice est de 5 millions de dollars, soit 3,3 millions de dollars en français et 6,3 millions de dollars en anglais. Il s'agit d'une augmentation importante par rapport aux trois dernières années du Fonds de financement de longs métrages, alors que le devis moyen était de 3 millions de dollars. Il faut toutefois pondérer les résultats de 2001-2002, qui sont liés en partie à des coproductions à budget élevé. Quinze des 37 longs métrages de l'exercice sont des coproductions : neuf coproductions sont des majoritaires canadiennes, cinq sont des minoritaires canadiennes, tandis que la dernière coproduction est une contribution à part égale des coproducteurs.

Le programme a également donné son aval au développement de 106 projets de longs métrages, soit une augmentation de 3 % par rapport à la moyenne des trois derniers exercices du Fonds de financement de longs métrages. Le FLMC a assumé 43 % des devis des projets de l'exercice, le développement de projets étant, pour les producteurs, une activité à haut risque, mais aussi une activité d'une grande importance puisqu'elle assure le renouvellement de notre cinéma.

Les 143 projets de production et de développement de l'exercice illustrent la créativité de toutes les régions canadiennes.

Répartition régionale des ressources

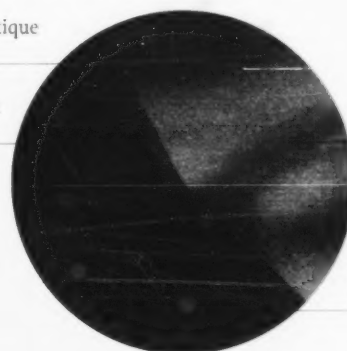
selon le lieu où sont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats pour la production de projets dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages

Région de l'Atlantique
5 %

Région de l'Ouest
14 %

Région du Québec
45 %

Région de l'Ontario
36 %

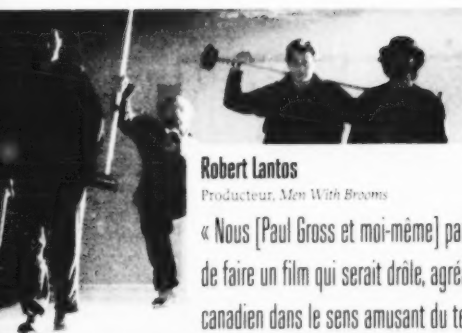


Mise en marché

Par l'entremise de ce programme, le FLMC a appuyé les activités des entreprises de distribution pour une somme de 11,5 millions de dollars, soit approximativement le même montant que pendant les exercices précédents.

À la demande des distributeurs, Téléfilm a accepté de considérer l'exercice 2001-2002 comme une année de transition entre une pratique axée sur l'acquisition de droits (contribution aux minimums garantis aux producteurs) et l'objectif du FLMC, soit l'utilisation des ressources pour la mise en marché des produits seulement, le Fonds visant une augmentation des auditoires canadiens. Les résultats de l'exercice démontrent que 49 % des ressources ont été utilisées pour l'acquisition de droits de distribution et 51 % pour la mise en marché de longs métrages.

Distributeurs		Secteur privé		Autres sources gouvernementales		Entreprises de télédiffusion		Participants étrangers	
en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%	en milliers de dollars	%
4 951	11,4	4 027	9,3	17 412	40,1	975	2,2	1 837	4,2
27 933	19,2	20 652	14,2	21 234	14,6	3 182	2,2	45 598	31,4
32 884	17,4	24 678	13,1	38 646	20,5	4 157	2,2	47 435	25,1



Robert Lantos

Producteur, *Men With Brooms*

« Nous (Paul Gross et moi-même) parlions depuis longtemps de faire un film qui serait drôle, agréable, et qui serait véritablement canadien dans le sens amusant du terme. Un peu comme *Due South* était amusant. Je crois que nous avons pensé à tout dans ce film. »

Globe & Mail, février 2002

Il faut souligner que de réels efforts ont été faits pour améliorer la mise en marché des longs métrages. En 2001-2002, la contribution du FLMC à cet effet a été de plus de 5 millions de dollars et le devis moyen des activités de mise en marché des longs métrages a été de 244 000 \$. Le FLMC vise un devis moyen de mise en marché de 500 000 \$.

PROGRAMMES D'AIDE AUX ACTIVITÉS COMPLÉMENTAIRES

Les activités complémentaires contribuent à l'augmentation des auditoires au pays et à l'étranger. En 2001-2002, le FLMC a consacré 4,6 millions de dollars à des activités de mise en valeur de notre cinéma.

Festivals et événements canadiens

Le FLMC a appuyé cette année 36 festivals, dont le Festival des films du monde de Montréal, le Festival international du film de Toronto, le Festival international du film de Vancouver et le Festival du film de l'Atlantique, de même que des festivals régionaux, des festivals pour enfants, des festivals qui illustrent la diversité canadienne et des festivals qui stimulent les relations d'affaires. Les principes directeurs de l'aide aux festivals canadiens ont été révisés pour assurer une place de choix au cinéma canadien et améliorer sa visibilité et sa promotion. Il faut mentionner que le FLMC appuie aussi des activités comme le gala des prix Génie et le gala des prix Jutra.

Participation aux festivals et marchés étrangers

En participant aux festivals et aux marchés du film à l'étranger, Téléfilm assure à notre cinéma le rayonnement qu'il mérite et stimule les partenariats internationaux. La Société est présente aux festivals de Berlin et de Cannes, et contribue à la participation canadienne à l'Independent Film Market de New York et au Sundance Film Festival de Salt Lake City. Téléfilm a par ailleurs publié des catalogues et des brochures qui contribuent à la promotion de l'industrie et des produits canadiens dans les événements internationaux.

Doublage et sous-titrage

En 2001-2002, 12 longs métrages ont été doublés ou sous-titrés dans l'autre langue officielle du pays. Le doublage et le sous-titrage favorisent une meilleure circulation des longs métrages canadiens dans les deux marchés linguistiques au pays et dans les marchés étrangers.

Réseaux parallèles de distribution

Une dizaine de longs métrages ont bénéficié d'une aide particulière à la distribution au cours de l'exercice et cela, en dehors des grands circuits d'exploitation. Le FLMC a aussi appuyé des activités d'organismes qui se déplacent en dehors des principaux centres urbains, comme Film Circuit à Toronto, Moving Pictures à Vancouver et Réseau Plus à Montréal.



FLMC
Ministry
of Culture
and Heritage
Films Inc.

PROGRAMME D'AIDE AUX LONGS MÉTRAGES INDÉPENDANTS À PETIT BUDGET

Ce programme offre aux réalisateurs la possibilité de créer des longs métrages dont ils sont les maîtres d'œuvre puisqu'ils en contrôlent les aspects créatifs et le montage. En 2001-2002, 12 longs métrages ont reçu l'appui du programme, dont neuf en production et trois en post-production. Conformément à la politique en vigueur, les devis s'échelonnaient entre 300 000 \$ et 750 000 \$, le devis moyen par projet étant de 560 000 \$.

La contribution de la Société s'est élevée à 30 % des devis, les autres sources de financement étant le secteur privé et les fonds privés, 36 %; les crédits d'impôt et les investissements gouvernementaux, 21 %; les distributeurs, 3 %; les diffuseurs, 5 %; et les commanditaires, 5 %.

Téléfilm a accordé 30 % de ses investissements à des projets en français et 70 % à des projets en anglais. La Société vise la répartition suivante : un tiers pour les projets en français et deux tiers pour les projets en anglais. Cet équilibre devrait être atteint en 2002-2003.

Norman Cohn

Producteur, *Atanarjuat (L'Homme rapide)*

« Zacharias dit souvent que nous ouvrons des pistes. La première personne qui ouvre une piste rend les choses un peu plus faciles pour ceux qui suivent. Alors nous avons l'impression d'avoir ouvert une piste. »

Toronto Sun, 21 mai 2001



Ce programme encourage des cinéastes de toutes les régions : la Société a alloué 40 % des ressources à des projets du Québec, 30 % à des projets de l'Ontario, 20 % à des projets de l'Ouest et 10 % à des projets de l'Atlantique.

Les longs métrages appuyés par le programme contribuent déjà à la renommée de notre cinéma : *On Their Knees* a été présenté au Festival international du film de Toronto et au ReelWorld Film Festival, *Corpus Callosum* aux festivals internationaux de Berlin et de Rotterdam, *Looking for Leonard* à South by Southwest à Austin, et *Fubar* à Sundance.



PROGRAMME D'AIDE À L'ÉCRITURE DE SCÉNARIOS

Ce programme encourage les scénaristes confirmés à poursuivre leur carrière et facilite l'émergence d'une nouvelle génération de conteurs. En 2001-2002, les critères d'admissibilité du programme ont été élargis pour inclure les créateurs qui ont à leur actif des crédits pour des courts métrages de fiction et des documentaires d'opinion.

Les résultats de l'exercice sont très positifs puisque 146 projets de longs métrages ont reçu l'aval du programme, dont 104 pour la phase du scénario à l'écriture et 42 pour la phase de la première version dialoguée. Ces projets ont été choisis par un jury francophone et un jury anglophone composés de scénaristes, de réalisateurs et de distributeurs. La contribution maximale de la Société est de 10 500 \$ pour la première phase des projets et de 14 500 \$ pour la deuxième phase. La moyenne de l'exercice a été de 13 000 \$ par projet.

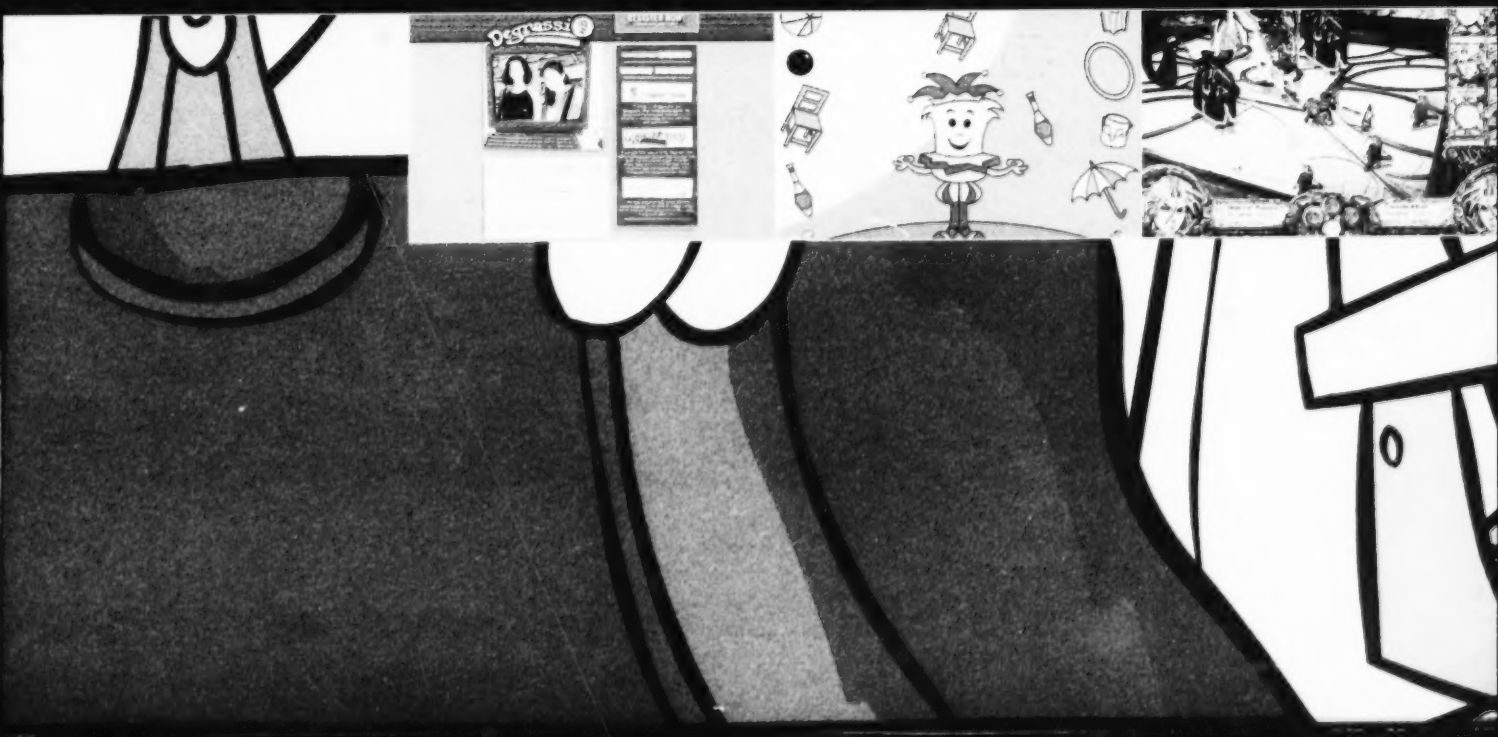
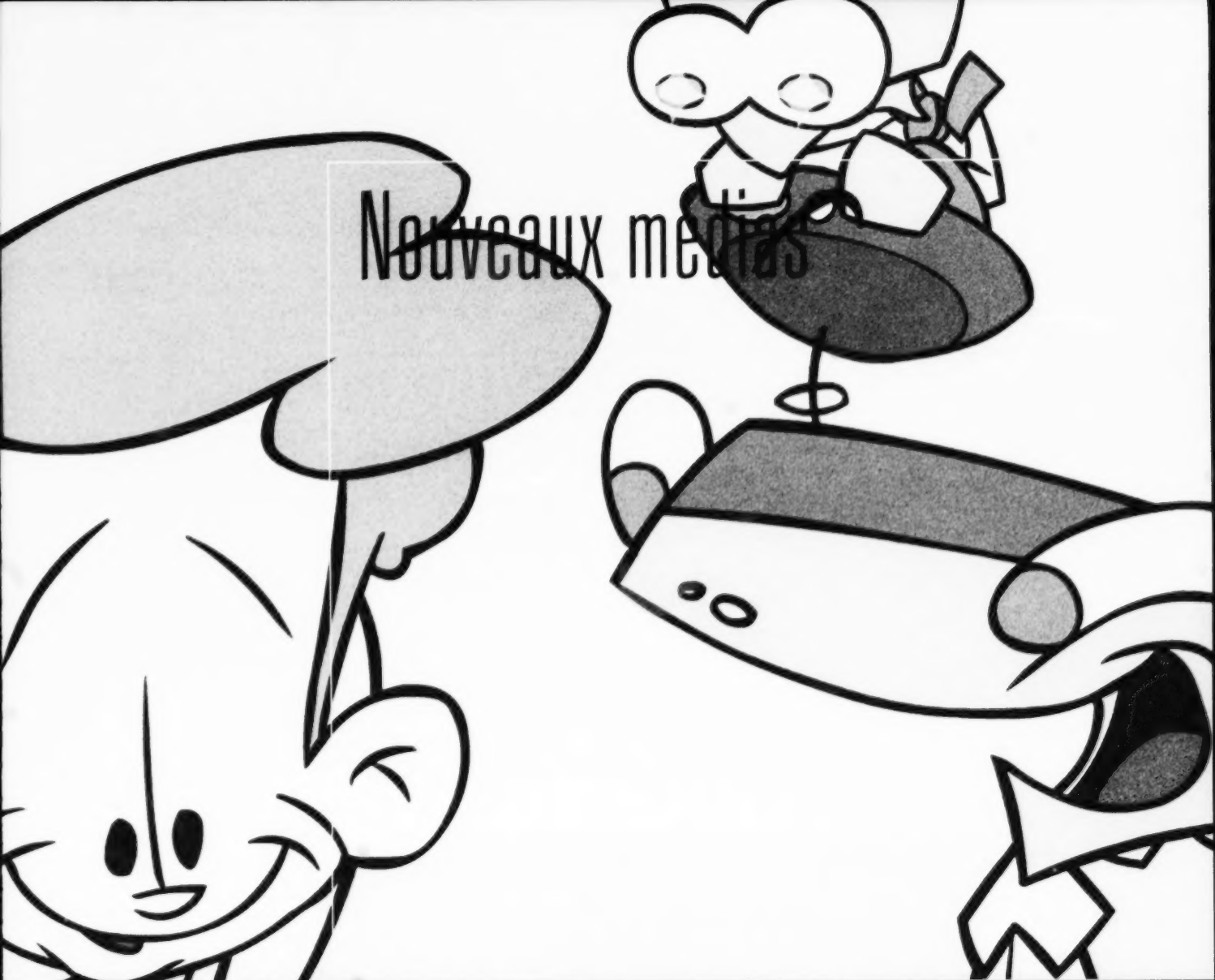
La répartition régionale est la suivante : Québec, 46 %; Ontario, 37 %; région de l'Ouest, 15 %; et région de l'Atlantique, 2 %. Quant à la répartition linguistique, elle indique que 36 % des ressources ont été allouées à des projets en français et 64 % à des projets en anglais. Le prochain exercice s'annonce prometteur puisque l'admissibilité au programme a été élargie aux auteurs de théâtre professionnels. Des scénaristes de tous les horizons culturels auront ainsi accès au programme.

LONG LIFE, HAPPINESS AND PROSPERITY
Shufflebury Films
Massey Production





Nouveaux médias



Fonds des nouveaux médias du Canada

Contrats signés

	Nombre de projets	Devis en milliers de dollars	Participation de Telefilm Canada ¹ en milliers de dollars
Aide aux produits			
Pre-développement			
Français	7	444	156
Anglais	6	315	201
Sous-total	13	759	356
Développement			
Français	5	780	301
Anglais	22	2 743	946
Sous-total	27	3 524	1 248
Production			
Français	9	5 600	1 586
Anglais	20	12 494	3 711
Sous-total	29	18 094	5 297
Marketing			
Français	11	1 678	759
Anglais	17	2 906	1 329
Sous-total	28	4 584	2 088
Sous-total - Aide aux produits	97	26 961	8 990
Aide à la distribution			
Mise en marché			
Français	—	—	—
Anglais	1	137	66
Sous-total - Aide à la distribution	1	137	66
Aide au développement sectoriel			
Développement sectoriel	6	6 847	147
Écoles de formation	2	2 218	275
Festivals et marchés canadiens	1	46	10
Participation aux marchés étrangers	—	—	565
Publicité, promotion et publications	—	—	41
Sous-total - Aide au développement sectoriel	9	9 110	1 038
Total	107	36 208	10 094

1. Inclut les modifications aux engagements des exercices précédents.

On trouvera un tableau sur la répartition régionale des projets dans le site Web de Téléfilm Canada (www.telefilm.gc.ca).

Fonds des nouveaux médias du Canada

Grâce à l'entrée en vigueur du Fonds des nouveaux médias du Canada (FNMC) qui a pris la relève du Fonds pour le multimédia en décembre 2001, Téléfilm Canada a diversifié et consolidé son appui à ce secteur d'activité qui est en plein essor. Avec des ressources qui sont passées de 6 à 9 millions de dollars par année, le Fonds des nouveaux médias du Canada appuie maintenant l'ensemble des activités de l'industrie, de la création à la conquête des utilisateurs canadiens et étrangers. Dans le but de mieux arrimer la création et la diffusion, la perspective de la mise en marché a d'ailleurs été renforcée tout au long du cycle de vie des produits nouveaux médias canadiens.



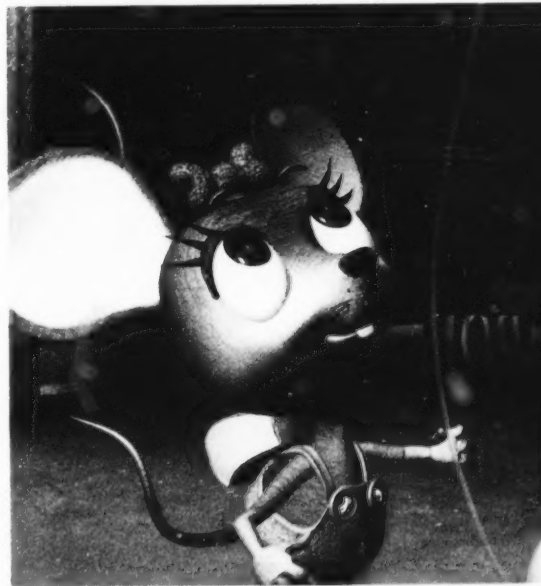
Le Fonds a pour objectif d'assurer une forte présence canadienne dans les nouvelles technologies de création et de diffusion. Ainsi, en 2001-2002, il a participé à la réalisation de 107 projets de pré-développement, de développement, de production, de marketing, de distribution en ligne et de développement sectoriel, comparativement à 65 au cours de l'exercice précédent.

Outre les ressources additionnelles, plusieurs facteurs ont contribué à une explosion des demandes au FNMC et augurent bien pour l'avenir : de nouveaux outils financiers, soit des avances remboursables sur revenus plutôt que des prêts qui constituaient une contrainte pour une industrie en développement; l'admissibilité d'une plus grande diversité de produits, incluant les produits accessibles sur bande passante à haute vitesse et les produits diffusés par téléphonie sans fil; et le recours à des dates de dépôt afin de permettre à l'industrie de planifier plus facilement ses activités.

Aide aux produits

Au cours de l'exercice, le FNMC a favorisé, par l'entremise de la composante d'aide aux produits, le pré-développement, le développement, la production et le marketing de produits nouveaux médias originaux et de qualité, qui ont un bon potentiel commercial, sont issus de petites et moyennes entreprises et reflètent la dualité linguistique et la diversité culturelle de la société canadienne. Ces projets couvrent un vaste champ d'activité : documentaires, documents de référence, produits destinés aux enfants et aux jeunes et jeux de toutes sortes. Les plates-formes privilégiées incluent les cédéroms, les DVD-ROMs, les sites Web dont plusieurs sont associés à des émissions de télévision, les installations multimédias, les produits pour la téléphonie sans fil et les consoles de jeu.

Le FNMC a appuyé 97 projets par l'entremise de cette composante, comparativement à 61 l'année précédente. Pour la première fois, l'aide aux nouveaux médias incluait la phase du pré-développement, qui couvre des activités comme des études de faisabilité, une évaluation du marché, des sondages et des interviews de groupes témoins, la production d'un démo et l'élaboration d'une stratégie préliminaire de mise en marché. Treize projets ont reçu un appui à cette phase, tandis que 27 autres étaient soutenus à l'étape du développement proprement dit.



MIA -
LE MYSTÈRE DU CHÂTEAU PELOU
Kulinka Interact Inc.

En production, la contribution de Téléfilm a augmenté de 350 %, passant de 1,5 million de dollars à 5,3 millions de dollars, tandis que le nombre de projets grimpait de 16 à 29. Fait à souligner, le devis moyen de production, qui était de 360 000 \$ en 2000-2001, a dépassé 620 000 \$ cette année, illustrant la capacité de l'industrie à élaborer des projets plus ambitieux avec l'appui de partenaires financiers privés et publics.

L'analyse de la structure financière des projets de production démontre que l'appui du Fonds représente 30 % des devis; celle du secteur privé (producteurs, distributeurs, équipes, services), 47 %; les fonds d'aide privés, 12 %; les crédits d'impôt fédéraux et provinciaux, 6 %; les entreprises de télévision, 2 %; les autres organismes provinciaux, 2 %; et les participants étrangers, 1 %.

Les activités de marketing ont aussi connu un boom important : le nombre de projets a plus que triplé et la contribution de la Société est passée de 1,5 à 2,1 millions de dollars, soit une augmentation de 40 %.

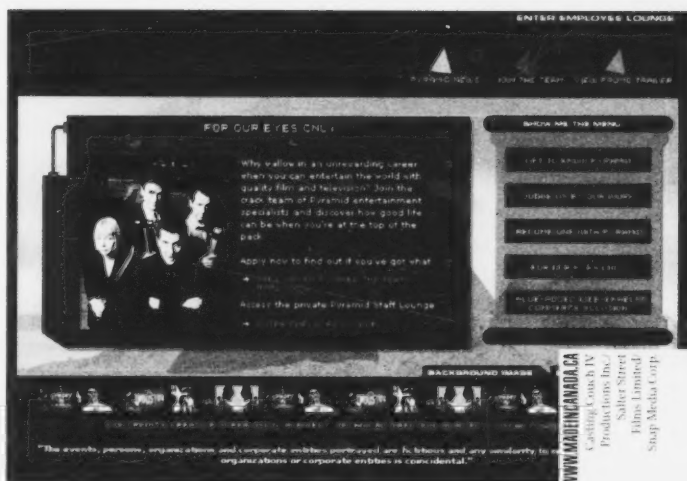
Le devis moyen des projets est resté approximativement le même, soit quelque 160 000 \$ par projet.

On prévoit que les demandes de financement en marketing continueront d'augmenter au cours des prochaines années, alors qu'un grand nombre de projets nouveaux médias actuellement en développement et en production seront terminés et s'approprieront à conquérir les auditoires d'ici et d'ailleurs.

Le FNMC a accordé 31 % des ressources de l'aide aux produits à des projets en français et 69 % à des projets en anglais. Montréal et Vancouver s'imposent depuis plusieurs années comme de grands centres d'activité pour les nouveaux médias au pays. Il faut également souligner, cette année, le dynamisme remarquable de l'industrie de Toronto.



LUTHER SPACE
ET L'Équipement
Technique Inc.



Aide à la distribution en ligne Aide au développement sectoriel

L'aide à la distribution appuie notamment les éditeurs en ligne afin d'accroître la présence et la notoriété de produits nouveaux médias déjà existants. Un seul projet a été financé à cet effet en 2001-2002, soit *Tyndal Stone Releasing Marketing Program*, de Vancouver, un outil de diffusion de produits ludo-éducatifs canadiens. Téléfilm assurera une meilleure promotion de cette composante du Fonds pour qu'elle contribue efficacement à la diffusion du patrimoine culturel des nouveaux médias.

L'aide au développement sectoriel appuie les activités de promotion et de développement professionnel et industriel, au pays et à l'étranger. Le FNMC a ainsi financé des événements et des activités comme le programme de formation multimédia de l'INIS, le colloque annuel de l'Alliance NumériQC, le festival Digifest et les Canadian New Media Awards de Toronto, le New Media Institute du Banff Centre for the Arts et le volet New Media 2002 du Victoria Film Festival. De plus, la Société a contribué au financement du Baddeck International New Media Festival, au Cap-Breton, et y a remis l'un des prix les plus importants du secteur des nouveaux médias, accompagné d'une bourse de 5 000 \$. Le lauréat a été *The Plickey and Muto Series* de Edgar Beals, produit par Eds Head Animation de Halifax.

Téléfilm a soutenu activement le développement international des entreprises canadiennes des nouveaux médias au MILIA de Cannes, au E³ de Los Angeles et au ECTS de Londres. Tout en y assurant la promotion de l'industrie et des produits canadiens, entre autres par des encarts publicitaires et des brochures promotionnelles, la Société agit comme expert conseil international auprès des petites et moyennes entreprises qui partagent son stand-ombrelle. Au cours de l'exercice, plusieurs organismes des secteurs privé et public se sont joints à Téléfilm dans ces marchés, pour que l'industrie bénéficie d'un meilleur encadrement et d'une plus grande visibilité dans un environnement international très compétitif.

États financiers

--	--	--

Rapport de la direction

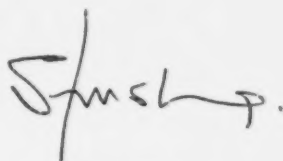
Les états financiers de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne sont la responsabilité de la direction et ont été approuvés par le Conseil d'administration de la Société. Les états financiers ont été dressés selon les principes comptables généralement reconnus du Canada et, lorsque cela est approprié, comprennent des estimations fondées sur l'expérience et le jugement de la direction. La direction est également responsable de tous les autres renseignements présentés dans le rapport annuel et de leur concordance avec les états financiers.

La direction maintient des systèmes comptables, financiers, de contrôle de gestion et d'information, de même que des pratiques de gestion conçus pour fournir une assurance raisonnable que des informations fiables et pertinentes sont disponibles au moment opportun; que les actifs sont protégés et contrôlés; que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente en vue de la réalisation des objectifs de la Société et que l'exploitation est menée efficacement. Ces systèmes et pratiques sont également conçus pour fournir une assurance raisonnable que les opérations sont conformes

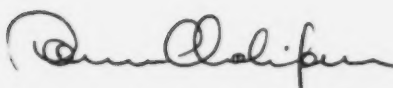
à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et ses règlements, et à la *Loi de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne*, aux règlements administratifs et aux politiques de la Société.

Le Conseil d'administration est responsable de s'assurer que la direction s'acquitte de ses responsabilités en matière de présentation de l'information financière tel que précisé ci dessus. Le Conseil assume cette charge par l'entremise du Comité de vérification et des finances qui est composé d'administrateurs dont aucun n'est membre de la direction. Le Comité revoit les états financiers trimestriels, ainsi que les états financiers annuels et tous rapports s'y rattachant; le Comité rencontre annuellement le vérificateur externe et peut faire des recommandations au Conseil d'administration à l'égard de ceux-ci et/ou d'affaires connexes.

Le vérificateur externe, la vérificatrice générale du Canada, effectue un examen indépendant des états financiers et présente son rapport à la Société et à la ministre désignée du Patrimoine Canadien.



Le directeur général
Richard Stursberg



Le directeur – finances et administration
Danny Chalifour

Montréal, Canada
Le 7 juin 2002

Rapport du vérificateur

À la ministre du Patrimoine canadien

J'ai vérifié le bilan de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne au 31 mars 2002 et les états des résultats et de l'avoir du Canada et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes

faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société au 31 mars 2002 ainsi que des résultats de son exploitation et ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada. Conformément aux exigences de la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne*, je déclare qu'à mon avis ces principes ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

De plus, à mon avis, des registres comptables appropriés ont été tenus par la Société, les états financiers sont conformes à ces derniers et les opérations de la Société dont j'ai eu connaissance au cours de ma vérification des états financiers ont été effectuées, à tous les égards importants, conformément à la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne* et aux règlements administratifs de la Société.

Pour la vérificatrice générale du Canada



Richard Flageole, FCA
vérificateur général adjoint

Ottawa, Canada
Le 7 juin 2002

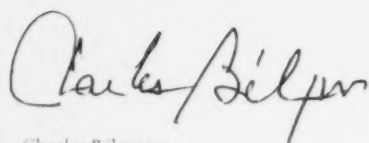
Bilan

Au 31 mars 2002

	2002 en millions de dollars	2001 en millions de dollars
Actif		
Actif à court terme		
À recevoir du Canada	—	37 308
Contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien	37 183	4 490
Prêts (note 3)	2 007	1 601
Debiteurs	16 722	12 930
Frais payés d'avance	963	866
	56 875	57 195
Debiteurs	409	2 049
Prêts (note 3)	245	2 062
Investissements	109	109
Immobilisations (note 4)	5 664	4 322
	63 302	65 737

Voir les notes afférentes aux états financiers.

Approuvé par le Conseil :

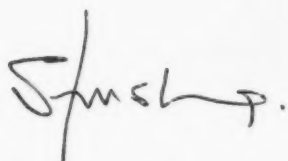


Charles Belanger
Président

	2002 en millions de dollars	2001 en millions de dollars
Passif et avoir du Canada		
Passif à court terme		
À payer au Canada	10 183	—
Créditeurs et frais courus	6 762	22 664
	16 945	22 664
Passif à long terme		
Provision pour avantages sociaux futurs	601	518
Avantages incitatifs reportés sur bail	1 231	1 069
Aide en capital reportée (note 5)	5 664	4 322
Obligation découlant d'un contrat de location – exploitation	—	498
	7 496	6 407
Avoir du Canada	38 861	36 666
Engagements (note 10)		
Éventualités (note 12)		
	63 302	65 737

Voir les notes afférentes aux états financiers.

Approuvé par la direction :



Richard Stursberg
Directeur général

État des résultats et de l'avoir du Canada

Exercice terminé le 31 mars 2002

	Fonds canadien de télévision	Fonds du long métrage du Canada	Fonds des nouveaux médias du Canada	Autres fonds	2002 Total	2001 Total
	en millions de dollars	en millions de dollars	en millions de dollars	en millions de dollars	en millions de dollars	en millions de dollars
Dépenses de support						
Production et développement						
Production	98 427	33 725	2 435	817	135 404	118 701
Développement	4 485	3 608	1 541	371	10 005	8 668
Aide aux longs métrages indépendants à petit budget	—	2 246	—	—	2 246	935
Aide à l'écriture de scénarios	—	1 745	—	—	1 745	449
Coproductions officielles	—	946	—	483	1 429	1 400
	102 912	42 270	3 976	1 671	150 829	130 153
Distribution et marketing						
Aide à la distribution et à la mise en marché	—	11 517	780	599	12 896	14 158
Réseaux parallèles de distribution	—	411	—	—	411	—
	—	11 928	780	599	13 307	14 158
Double et sous-titrage	—	454	—	1 402	1 856	1 255
Activités complémentaires						
Subventions aux écoles de formation professionnelle	—	—	306	2 660	2 966	2 470
Subventions aux festivals canadiens	—	2 136	99	320	2 555	2 259
Développement industriel et professionnel	—	—	—	1 114	1 114	2 337
Participation aux marchés étrangers	—	37	471	590	1 098	1 018
Participation aux festivals étrangers	—	527	—	—	527	512
Publicité, promotion et publications	—	234	41	226	501	540
Autres	—	388	40	184	612	449
	—	3 322	957	5 094	9 373	9 585
	102 912	57 974	5 713	8 766	175 365	155 151
Recupération d'investissements	(10 948)	(7 065)	(301)	(1 392)	(19 706)	(24 320)
Montant net	91 964	50 909	5 412	7 374	155 659	130 831
Dépenses de fonctionnement (note 8)					20 381	16 773
Coût de l'exploitation pour l'exercice					176 040	147 604
Revenus						
Intérêts sur prêts					(24)	(36)
Autres intérêts					(258)	(1 227)
Frais de gestion					(3)	(5)
Autre contribution (note 7)					(8 448)	(2 850)
					(8 733)	(4 118)
Coût net de l'exploitation pour l'exercice avant financement gouvernemental					167 307	143 486
Financement gouvernemental						
Crédit parlementaire pour l'exploitation					103 598	90 015
Contribution du ministère du Patrimoine canadien (note 6)					64 975	57 350
Amortissement de l'aide en capital reportée (note 5)					929	501
					169 502	147 866
Bénéfice net d'exploitation					2 195	4 380
Avoir du Canada au début					36 666	32 286
Avoir du Canada à la fin					38 861	36 666

Voir les notes afférentes aux états financiers.

État des flux de trésorerie

Exercice terminé le 31 mars 2002

	2002 en milliers de dollars	2001 en milliers de dollars
Activités d'exploitation		
Bénéfice net d'exploitation	2 195	4 380
Ajustements pour		
Diminution (augmentation) des débiteurs à long terme	1 640	(2 049)
Augmentation (diminution) de la provision pour prêts douteux	(684)	4 534
Conversion des prêts non provisionnés	855	—
Radiation de prêts non provisionnés	82	—
Amortissement des immobilisations	870	438
Perte sur l'aliénation d'immobilisations	46	63
Augmentation de la provision pour avantages sociaux futurs	83	78
Augmentation des avantages incitatifs reportés sur bail	162	190
Amortissement de l'aide en capital reportée	(929)	(501)
Diminution de l'obligation découlant d'un contrat de location – exploitation	(498)	(498)
	3 822	6 635
Variations des éléments hors caisse du fonds de roulement		
Augmentation des contributions à recevoir du ministère du Patrimoine canadien	(32 693)	(4 490)
Augmentation des débiteurs	(3 792)	(8 840)
Augmentation des frais payés d'avance	(97)	(326)
Augmentation (diminution) des créditeurs et frais courus	(15 902)	15 325
	(48 662)	8 304
Activités de financement		
Crédit parlementaire – aide en capital	2 271	2 710
Activités d'investissement		
Prêts	(281)	(3 956)
Encaissements de prêts	1 439	1 506
Acquisition d'immobilisations	(2 271)	(2 710)
Produit de disposition d'immobilisations	13	—
	(1 100)	(5 160)
Augmentation (diminution) des liquidités	(47 491)	5 854
À recevoir du Canada au début	37 308	31 454
À recevoir du (à payer au) Canada à la fin	(10 183)	37 308

Voir les notes afférentes aux états financiers.

Notes afférentes aux états financiers

1. Statut et activités

La Société a été constituée en 1967 par la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne* avec l'objectif de favoriser et d'encourager le développement de l'industrie du long métrage au Canada. Depuis, elle s'est vue confier la gestion du Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes (Fonds de télévision) établi le 1^{er} juillet 1983 dans le cadre de la Stratégie canadienne de la radiotélédiffusion ainsi que la gestion de nouveaux programmes dans le cadre de la Politique du film et de la vidéo de mai 1984. La loi a été modifiée en juin 1994 afin d'accorder à la Société l'autorité de garantir des prêts.

En septembre 1996, le ministre du Patrimoine canadien a créé le Fonds canadien de télévision (FCT). Conçu dans un esprit de partenariat entre l'État et l'industrie, ce nouveau Fonds réunit le Fonds de télévision de la Société et le Fonds de production des câblodistributeurs. Deux programmes d'aide financière composent le FCT : le programme de participation au capital et le programme de droits de diffusion. La Société s'est vue confier la gestion du programme de participation au capital.

En juillet 1997, la Société s'est vue confier l'administration du programme de financement à l'appui du développement préprofessionnel et, en juillet 1998, l'administration du Fonds des nouveaux médias du Canada.

La Société est une société d'État régie, inter alia, par la *Loi sur la gestion des finances publiques* selon les dispositions de la partie VIII de cette loi telle qu'elle existait lors de son abrogation en 1984 et au même titre que si elle avait continué d'être mentionnée à l'annexe C de cette loi.

2. Principales conventions comptables

a) Sources de financement de la Société

La Société obtient des fonds principalement du gouvernement du Canada par le biais d'un crédit parlementaire et de contributions du ministère du Patrimoine canadien. La partie du crédit parlementaire utilisée pour l'acquisition d'immobilisations est comptabilisée comme aide en capital reportée au bilan, et est amortie selon la même base que les immobilisations auxquelles elle se rapporte. L'autre partie du crédit parlementaire et les contributions du ministère du Patrimoine canadien sont comptabilisées à l'état des résultats et de l'avoir du Canada.

b) Montant à recevoir du Canada ou montant à payer au Canada

Les opérations financières de la Société sont traitées par le Trésor du Canada, d'où l'absence de comptes bancaires. Aux fins des états financiers, le résultat de l'ensemble des opérations financières est présenté au bilan comme compte à recevoir du Canada ou compte à payer au Canada.

c) Investissements et provision pour pertes

Les investissements comprennent l'ensemble de l'aide accordée au soutien de l'industrie du long métrage, d'émissions canadiennes et des nouveaux médias en excluant les prêts. Les investissements sont comptabilisés comme suit :

- Les investissements accordés en contrepartie d'une participation aux revenus d'exploitation et assortis d'une obligation de remboursement préétablie, d'une durée n'excédant généralement pas trois ans, sont montrés au bilan à la valeur nominale, déduction faite d'une provision pour pertes. Cette provision pour pertes est établie en examinant chaque investissement et elle est imputée aux résultats à titre de dépenses de support.
- Les investissements accordés en contrepartie d'une participation aux revenus d'exploitation, autres que ceux assortis d'une obligation de remboursement préétablie, ainsi que les investissements ne prévoyant pas de récupération sont imputés aux résultats à titre de dépenses de support. Ces dépenses sont comptabilisées dans l'exercice au cours duquel elles sont versées ou exigibles.
- Les récupérations sur investissements autres que ceux reconnus au bilan sont montrées aux résultats en diminution des dépenses de support au moment où elles sont encaissées ou exigibles.

d) Prêts et provision pour pertes

La Société accorde des prêts pour le financement d'émissions canadiennes, de longs métrages et de nouveaux médias. Les prêts sont présentés au bilan à leur valeur nominale majorée des intérêts courus à recevoir, déduction faite d'une provision pour pertes. La provision pour pertes est imputée aux résultats à titre de dépenses de support.

Un prêt est jugé douteux si la qualité du crédit s'est détériorée dans une mesure telle que la Société n'est plus raisonnablement assurée de recouvrer la totalité du capital et des intérêts en conformité avec les dispositions du contrat de prêt.

La provision pour pertes comprend des provisions spécifiques et une provision générale.

Les provisions spécifiques sont constituées pour chaque prêt douteux. L'évaluation tient compte des sûretés disponibles ainsi que de la situation financière de l'emprunteur. La valeur comptable du prêt douteux est ramenée à la valeur de réalisation estimative par l'actualisation des flux monétaires futurs prévus au taux d'intérêt réel inhérent au prêt.

La provision générale représente la meilleure estimation de la moins-value probable imputable à la détérioration de la qualité du crédit du reste du portefeuille de prêts pour laquelle il n'est pas encore possible d'établir des provisions spécifiques. Le montant de la provision générale est estimé en se fondant sur les pertes passées ainsi que sur l'appréciation par la direction des tendances quant à la qualité du crédit du portefeuille de prêts.

e) Revenus d'intérêts

Les revenus d'intérêts sur prêts sont comptabilisés selon la méthode de comptabilité d'exercice sauf pour les prêts jugés douteux. Lorsqu'un prêt devient douteux, la comptabilisation des intérêts conformes aux dispositions du contrat de prêt original cesse.

f) Autres revenus d'intérêts

Les autres revenus d'intérêts sont comptabilisés selon la méthode de comptabilité d'exercice et représentent les montants chargés sur les sommes dues à la Société, autres que les prêts, déduction faite d'une provision pour pertes. Cette provision pour pertes est établie en examinant chaque montant.

g) Immobilisations

Les immobilisations sont comptabilisées au prix coûtant. L'amortissement est déterminé selon les méthodes et aux taux annuels suivants :

Élément d'actif	Méthode	Taux
Installations informatiques	Dégressif	20 %
Logiciels	Linéaire	5 ans
Mobilier et équipement	Dégressif	20 %
Améliorations locatives	Linéaire	Durée des baux

h) Avantages sociaux futurs

Prestation de retraite

Les salariés participent au Régime de pensions de retraite de la fonction publique administré par le gouvernement du Canada. Les cotisations au régime versées par la Société représentent le coût total des cotisations de l'employeur. Le montant est fondé actuellement sur un multiple des cotisations exigées des salariés, et il pourrait être modifié si les résultats du Régime varient. Les cotisations représentent la totalité des obligations de la Société découlant du Régime de retraite et elles sont imputées aux résultats de l'exercice. La Société n'est pas tenue actuellement de verser des cotisations pour combler les insuffisances actuarielles du Compte de pension de retraite de la fonction publique.

Autres avantages sociaux

La Société est tenue de constater certains autres avantages sociaux postérieurs à l'emploi dans les exercices au cours desquels les salariés rendent des services en échange de ces avantages. Lors de la cessation d'emploi, les salariés ont droit aux avantages prévus dans leurs conditions d'emploi qui sont établies dans un régime d'indemnités de départ. La Société constate le coût des futures indemnités de départ dans les exercices au cours desquels les salariés lui rendent les services convenus et le passif correspondant est imputé aux comptes au fur et à mesure que les indemnités sont constituées par les employés.

i) Incertitude relative à la mesure

La préparation d'états financiers selon les principes comptables généralement reconnus exige que la direction fasse des estimés et des hypothèses qui affectent les montants présentés comme actifs et passifs à la date des états financiers et les montants présentés comme revenus et dépenses pendant la période de déclaration. La provision pour pertes sur prêts, les avantages sociaux futurs et les éventualités sont les items les plus importants où des estimés sont utilisés. Les résultats réels peuvent différer de ces estimés.

3. Prêts et provision pour pertes

Les prêts d'une valeur comptable de 2 711 806 \$ (10 117 350 \$ en 2001) octroyés à titre d'aide à la production et la mise en marché du Fonds pour le multimédia ne portent pas intérêts. Généralement, ces prêts sont remboursables en douze paiements mensuels égaux et consécutifs débutant douze à vingt quatre mois après la date convenue de fin de projet. Pour les autres prêts, les intérêts chargés ne dépassent pas le taux préférentiel, majoré de 2 %. La durée des prêts s'échelonne sur une période n'excédant généralement pas trois ans.

Au 31 mars, le total des prêts se détaille comme suit :

	Montant en milliers de dollars	Provision pour pertes en milliers de dollars	2002 Montant net en milliers de dollars	2001 Montant net en milliers de dollars
Prêts	2 252	—	2 252	3 663
Prêts douteux	2 149	2 149	—	—
	4 401	2 149	2 252	3 663
Moins portion à court terme	3 761	1 754	2 007	1 601
Portion à long terme	640	395	245	2 062

La provision pour pertes se détaille comme suit :

	2002 en milliers de dollars	2001 en milliers de dollars
Solde au début	8 695	4 161
Conversion de prêts	(4 547)	—
Radiations	(1 315)	—
Recouvrements	(285)	(7)
Provision	(399)	4 541
Solde à la fin	2 149	8 695

4. Immobilisations

	Prix coûtant en milliers de dollars	Amortissement cumulé en milliers de dollars	2002 Valeur nette en milliers de dollars	2001 Valeur nette en milliers de dollars
Améliorations locatives	1 499	695	804	868
Logiciels	4 990	555	4 435	1 095
Installations informatiques	1 394	1 080	314	392
Mobilier et équipement	1 098	987	111	139
Travaux en cours	—	—	—	1 828
	8 981	3 317	5 664	4 322

5. Aide en capital reportée

Le montant figurant au bilan est constitué des éléments suivants :

	2002 en milliers de dollars	2001 en milliers de dollars
Solde au début	4 322	2 113
Crédit parlementaire pour l'aide en capital	2 271	2 710
Amortissement de l'aide en capital reportée	(929)	(501)
Solde à la fin	5 664	4 322

6. Contributions du ministère du Patrimoine canadien

Les contributions du ministère du Patrimoine canadien se détaillent comme suit :

	2002 en milliers de dollars	2001 en milliers de dollars
Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital	56 175	49 775
Multimédia	6 000	4 975
Développement préprofessionnel	2 800	2 600
	64 975	57 350

7. Autre contribution

La Société a enregistré une contribution de 8 448 000 \$ (2 850 000 \$ en 2001) du Fonds canadien de télévision – Programme de droits de diffusion pour le financement d'émissions de télévision canadiennes.

8. Dépenses de fonctionnement

	2002 en milliers de dollars	2001 en milliers de dollars
Salaires et avantages sociaux	11 287	9 649
Honoraires professionnels	3 031	1 877
Frais de bureau	1 860	1 460
Location, taxes, chauffage et électricité	1 378	1 465
Voyages	1 189	881
Amortissement	870	438
Publicité et publications	283	160
Télécommunications	273	213
Frais de représentation	95	99
Frais de relocalisation	69	68
Perte sur disposition d'immobilisations	46	63
Sous-total	20 381	16 373
Dépenses reliées au conseil d'administration du Fonds canadien de télévision	–	400
Total	20 381	16 773

9. Avantages sociaux futurs

Prestation de retraite

Au cours de l'exercice, le Régime de pensions de retraite de la fonction publique (RPRFP) a exigé que la Société verse des cotisations au Régime et à la convention de retraite. Les cotisations de l'exercice étaient les suivantes :

	2002 en milliers de dollars	2001 en milliers de dollars
Société	1 025	945
Employés	420	366

Autres avantages sociaux

Ces régimes d'avantages sociaux ne sont pas capitalisés et ne possèdent donc pas d'actifs. Le passif au titre des prestations constituées constaté dans le bilan le 31 mars 2002 concernant ces régimes est de 854 298 \$ (2001 - 618 000 \$).

La charge nette de la Société pour les régimes d'avantages sociaux autres que des régimes de retraite de l'exercice terminé le 31 mars 2002 est de 400 358 \$ (2001 - 150 471 \$).

10. Engagements

a) Projets

Au 31 mars 2002, la Société est engagée contractuellement à avancer des fonds à titre de prêts et d'investissements :

	Société en milliers de dollars	Ministère en milliers de dollars	Total en milliers de dollars
Fonds canadien de télévision –			
Programme de participation au capital	16 334	13 217	29 551
Autres programmes	16 433	6 379	22 812
	32 767	19 596	52 363

En vertu du programme de partage des revenus de production et du programme d'aide à la production fondée sur la performance du Fonds du long métrage du Canada, la Société a réservé au 31 mars 2002 des fonds totalisant 14 698 998 \$ pour financer des projets à être soumis sous certaines conditions.

b) Baux

La Société a signé des baux à long terme pour la location de locaux et d'équipement dans le cadre de ses activités. Le total des paiements minimums exigibles qui sera versé au cours des prochains exercices s'établit comme suit :

	en milliers de dollars
2003	2 918
2004	1 454
2005	1 142
2006	965
2007	963
2008 - 2015	4 972
	12 414

11. Opérations entre apparentés

La Société est apparentée en termes de propriété commune à tous les ministères, organismes et sociétés d'État créés par le gouvernement du Canada. La Société s'engage dans des opérations avec ces entités dans le cours normal de ses activités, celles-ci sont constatées selon la valeur de l'échange.

12. Éventualités

La Société garantit le remboursement d'emprunt ou de dettes contractées par des tiers auprès d'institutions financières dans le cadre du programme de cautionnements de prêts. Le total des montants cautionnés par la Société ne peut excéder, à tout moment, 25 000 000 \$. Le taux d'intérêt ne peut dépasser le taux préférentiel de l'institution financière, majoré de 2 %, et des sûretés admissibles doivent être exigées de l'emprunteur. Les cautionnements au 31 mars 2002 totalisent 765 975 \$ (2001 – 920 196 \$). Une provision pour pertes est comptabilisée lorsque la direction est en mesure d'estimer qu'une perte est probable.

Dans le cours normal des affaires, diverses revendications et poursuites ont été intentées contre la Société. La direction estime que les pertes, s'il y en a, qui peuvent résulter du règlement de ces litiges ne seront probablement pas importantes; par conséquent, aucune provision n'a été établie dans les comptes de la Société. Si jamais de telles dépenses étaient engagées, elles seraient imputées aux résultats de l'exercice.

13. Juste valeur comptable des actifs et passifs financiers

La valeur comptable des investissements, des débiteurs et des créditeurs et frais courus correspond approximativement à leur juste valeur du fait que les instruments qui s'y rapportent ont des échéances relativement brèves.

Le tableau qui suit indique la valeur comptable et la juste valeur des autres instruments financiers que la Société a conclus :

	2002		2001	
	Valeur comptable en milliers de dollars	Juste valeur en milliers de dollars	Valeur comptable en milliers de dollars	Juste valeur en milliers de dollars
Prêts à court terme	2007	1 956	1 601	1 572
Prêts à long terme	245	229	2 062	1 796

Les justes valeurs des prêts ont été déterminées par l'actualisation des flux de trésorerie futurs prévus aux termes des mécanismes de prêts actuels, à des taux d'actualisation équivalents au taux d'intérêt pratiqué sur le marché pour des instruments financiers qui présentent essentiellement les mêmes conditions et caractéristiques.

14. Chiffres comparatifs

Certains chiffres comparatifs de 2001 ont été reclassés afin de se conformer à la présentation adoptée en 2002.

